سلسلة صناعة القيم وتشغيلها



صنـــــاعة التكـــامل

2019

د.زهير منصور المزيدي

www.qeam.org

بسم الله الرحمن الرحيم

هذا الاصدار ضمن سلسلة صناعة القيم وتشغيلها

ومشتمل على ثلاث أجزاء



المنهج

التدريب

الحملة الاعلانية التوعوية

اطلب الباوربوينت التدريبي عبر رسالة الكترونية للبريد zumord123@gmail.com

الفهرس

بسم الله الرحمن الرحيم

في الآية القرآنية الكريمة (أَلَمْ تَرَ إِلَىٰ رَبِّكَ كَيْفَ مَدَّ الظِّلَّ وَلَوْ شَاءَ لَجَعَلَهُ سَاكِنًا ثُمَّ جَعَلْنَا الشَّمْسَ عَلَيْهِ دَلِيلًا) (45) الفرقان، ما يشير لحركة افقية في حركة الظل، في حين هي تتم عبر حركة دائرية من الأرض نحو الشمس، فما يُدرك عياناً ليس بالضرورة يُبلغنا عما يحدث حقيقة، وفي هذا الوصف القرآني إشارة الى أن الهدف من الممكن ان يتم عبر مسارات عدة وليس بالضرورة كما يبدو لنا من انه مجرد من مسار واحد، وهو ما يشير الى حث الدماغ للخروج من اطار الأسلوب التقليدي في التفكير بما يجعله منطلقا نحو آفاق جديدة في الكشف عن أساليب مستحدثة، وفي القرآن نجد أمثلة عن ذلك عديدة نذكر منها:

1- انتقال يوسف وموسى عليهما السلام للعيش في قصور الملوك، في الوقت الذي كان من المتوقع ان يموت يوسف في الجُب، ويقتل موسى وفق المرسوم الذي صدر بقتل الذكور من الأولاد من قبل فرعون، فقصص كهذه تكمن الاثارة في كونها لا تخضع عما عهدناه وتوقعناه تجاه تحقيق الهدف.
2- ومواقف موسى عليه السلام من الرجل الصالح الخضر، تبين درجة عُليا من التفكير لا يستوعبها عقل.
3- أما حمل مريم، وحمل امرأة يعقوب، فهما مما لا يستوعبهما سوى الخيال ان لم يكن لديك ايمان بقدرة الله.
4- ولم يكن لانشقاق البحر مجال للعقل أن يفكر فيه، ولا في تحول عصى موسى لثعبان.

هكذا اذاً يعمد القرآن لتحدى عقل الانسان بمشاهد واحداث مما لم يعتد عليها، ليبين له حقيقة (الواقع) الذي يجب الا يستسلم اليه عبر ما تدركه (الحواس) أو (العقل) ليرتقي بأدائه نحو آفاق أرحب، وتلك الافاق لا تدرك الا عبر تفعيل سليم لها، فتوجيه رسولنا الكريم لابي بصير كان خارج نطاق التقليد حين كبلت رسولنا الكريم اتفاقيته مع قريش، حيث حقق الهدف من دون الاخلال بما التزم به معهم من اتفاق، وذلك اثر توجيهه له بمقولته (ويح أمه لو كان معه رجال)، اذاً نحن هنا بصدد صناعة من نوع جديد، عبر درجة أرحب في الأدوات والعلاقات، هي بمثابة درجة (تشغيلية) لأكثر من (قيمة ومهارة) كي تجتمع جميعها في بؤرة اعلى منها في القيم الا وهي (التكامل)، فالتكامل مزيج تجتمع فيه الخبرات والأدوات والإمكانات والعلاقات

والجهد الذهني واستراتيجيات التحرك لتحقيق هدف اسمى يمكن للإنسان من أداء دوره الاستعماري للأرض ليرتقي بعبادته.

لماذا التكامل؟ وهل التكامل خيار أم لا خيار فيه؟ ذلك ان أدركنا ما للتكامل حين يتم تشغيله باحتراف من عوائد سنجد أنفسنا مجبرين لاعتماده، والا أصبحنا في مؤخرة الأمم، بل نصبح حينها مما تتكالب عليه الأمم، وعليه فثمة دوافع لاعتماد التكامل مساراً في الإنجاز.

دوافع التكامل:

1- التكامل يقلص عمليات البحث والتطوير.
2- يحد من الأثر السلبي للمنافسة التي تتعرض اليها.
3- يمد من حياة منتجاتك\خدماتك.
4- يزيد من نسبة العائد على المبيعات او يجعلها مستقرة في ظل منافسة مستعرة تتعرض اليها.
5- يجعلك مع الرواد في السوق الذي انت فيه ناشط.
6- يعزز من ولاء العملاء لعلامتك التجارية او لمؤسستك.
7- له انعكاس إيجابي على سعر السهم الذي يتم تداوله في البورصة.
8- يطيل من امد رغبة بقاء الموظفين في مؤسستك عن رغبتهم بالانتقال لمؤسسات منافسة.
9- يعزز من قوة الجذب من قبل المؤسسات ذات العلاقة بما تنتج لتقديم بدائل أجود وأفضل وبأسعار اقل.
10- تصبح الأقرب نحو تحديد معيار جودة ما تنتج مقابل ما ينتجه المنافسون، وهو ما يحقق الريادة لك.
11- تصبح الأسرع في اعتماد كل ما يستجد في ساحة الابتكار والاختراع في المجال الرقمي على سبيل المثال، حال قطعت شوطا في تطوير انظمتك وانفقت على عمليات التطوير ما يجعلك الأقرب في اعتماد مستجدات التكنلوجيا والخبرة التي اكتسبها موظفيك مقارنة بموظفي المؤسسات الأخرى غير المواكبة.

ماذا نقصد بصناعة التكامل؟ وما هي مراحل هذه الصناعة؟

يطلق د. ابراهيم الديب مصطلح صناعة القيم، ويبين ان صناعة القيم تتم عبر ثلاث مراحل، وهي الإنتاج والتخطيط والبناء، ونحن اذ نعتمد المصطلح وفق ما أشار اليه الديب، ننطلق في التكامل لنقول، ان انتاج القيمة لدينا نحن كمسلمين معني بعملية التأصيل لها، عبر ما يعزز لها من الكتاب والسنة والتاريخ ونماذج عملية معاصرة عنها.

والتخطيط يتم عبر إدراك منظومة القيم، اي ان نتعرف على ما يشوب المجتمع من خلل قيمي فنعتمد منظومة من القيم كي نعمد لعمليات الصيانة والمعالجة للخلل، أما البناء فهو المعني بعميات التشغيل وسن التشريعات والقوانين، أي ما يجعل القيمة محل الغرس مدركة عبر نمط حياة الناس، في التعاملات والإجراءات والصناعة والإنتاج والخدمات، وعليه ننطلق بدئ مع الباب الأول في التشييد لمنهج التكامل.



الباب الأول
منهج التكامل

لقد حث الإسلام لاعتماد قيمة التكامل وممارستها عمليا، ونجد ذلك جلياً في الكتاب والسنة، ففي القرآن نجد ما يشير لدور في التكامل فيما بين الملائكة والبشر عبر الآيتين التاليتين:

1- ﴿قالوا يا موسى إِنَّ فيها قَومًا جَبّارينَ وَإِنّا لَن نَدخُلَها حَتّى يَخرُجوا مِنها فَإِن يَخرُجوا مِنها فَإِنّا داخِلونَ، قالَ رَجُلانِ مِنَ الَّذينَ يَخافونَ أَنعَمَ اللَّهُ عَلَيهِمَا ادخُلوا عَلَيهِمُ البابَ فَإِذا دَخَلتُموهُ فَإِنَّكُم غالِبونَ وَعَلَى اللَّهِ فَتَوَكَّلوا إِن كُنتُم مُؤمِنينَ، قالوا يا موسى إِنّا لَن نَدخُلَها أَبَدًا ما داموا فيها فَاذهَب أَنتَ وَرَبُّكَ فَقاتِلا إِنّا هاهُنا قاعِدونَ﴾ (المائدة: 22،23,24)

2- إِذْ تَسْتَغِيثُونَ رَبَّكُمْ فَاسْتَجَابَ لَكُمْ أَنِّي مُمِدُّكُم بِأَلْفٍ مِّنَ الْمَلَائِكَةِ مُرْدِفِينَ (الانفال 9)

وفي قصة موسى والخضر ما يشير للتكامل فيما بين دائرتي (الواقع والحقيقة) عبر سائر المواقف، حين نجد موسى عليه السلام يرينا ما كان يعاينه في الواقع، وكان الخضر ما كان يوحى اليه عبر الحقيقة، لتتشكل لنا الصورة الاحاطية التكاملية لجميع المشاهد عبر الاحداث. وفي تحديد رجل صالح (الخضر) ليلجئ اليه نبي مرسل (موسى) فيه ما يحث على التكامل مع الاخر حتى وان كان هذا الآخر ليس من نفس الدرجة او يقل عنه درجة.

كما ان في وصف رب العالمين للمسلمين عبر محور (معيتهم) مع النبي نجده يعزز للتكامل عبر صفتي التآزر والمعية في:

﴿مُحَمَّدٌ رَسولُ اللَّهِ وَالَّذينَ مَعَهُ أَشِدّاءُ عَلَى الكُفّارِ رُحَماءُ بَينَهُم تَراهُم رُكَّعًا سُجَّدًا يَبتَغونَ فَضلًا مِنَ اللَّهِ وَرِضوانًا سيماهُم في وُجوهِهِم مِن أَثَرِ السُّجودِ ذلِكَ مَثَلُهُم فِي التَّوراةِ وَمَثَلُهُم فِي الإِنجيلِ كَزَرعٍ أَخرَجَ شَطأَهُ فَآزَرَهُ فَاستَغلَظَ فَاستَوى عَلى سوقِهِ يُعجِبُ الزُّرّاعَ لِيَغيظَ بِهِمُ الكُفّارَ وَعَدَ اللَّهُ الَّذينَ آمَنوا وَعَمِلُوا الصّالِحاتِ مِنهُم مَغفِرَةً وَأَجرًا عَظيمًا﴾ (الفتح: 29)

كما حث على ذلك النبي ﷺ في الحديث: المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضًا وشبك بين أصابعه ويقول ﷺ :من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته ويقول ﷺ :والله في عون العبد ما كان العبد في عون أخيه.
وجاء في تفعيل التكامل ايضاً في السعي بالشفاعة للمحتاجين لها:
﴿مَن يَشفَع شَفاعَةً حَسَنَةً يَكُن لَهُ نَصيبٌ مِنها وَمَن يَشفَع شَفاعَةً سَيِّئَةً يَكُن لَهُ كِفلٌ مِنها وَكانَ اللَّهُ عَلى كُلِّ شَيءٍ مُقيتًا﴾ (النساء: 85)
فمن يَسْعَ لحصول غيره على الخير يكن له بشفاعته نصيب من الثواب، ومن يَسْعَ لإيصال الشر إلى غيره يكن له نصيب من الوزر والإثم، ما يؤصل لمعيار للتكامل المحمود.
وجاء حث المؤمنين على التعاون في:
يا أَيُّهَا الَّذينَ آمَنوا ... وَتَعاوَنوا عَلَى البِرِّ وَالتَّقوى وَلا تَعاوَنوا عَلَى الإِثمِ وَالعُدوانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَديدُ العِقابِ﴾ (المائدة: 2) ففي هذه الآية مؤشر للتكامل عبر ضوابط، فالتعاون يجب ان يكون وفق مسار (البر) فما هو البر؟ ويلازم هذا البر (التقوى) فما مجال التقوى هنا؟ والضابط الآخر يكمن في الا يكون وفق مسار يؤدى الى (الاثم والعدوان)، فما الاثم والعدوان الذي لا يصح فيه التعاون والتكامل؟

وفي التاريخ القديم والحديث صور للتكامل، فما الحرب العالمية الاولى والثانية الا صورة من صور التكامل الذي جعل بعض الدول تتحالف من أجل تحقيق هدف موحد ضد دولة أو دول أخرى، والتكامل في الحروب يتم عبر توزيع الأدوار، ووفق ما يتمتع به كل طرف في مجال قوة، فقد يكون عبر سلاح، أو جنود، أو صناعة، وفي الوقت المعاصر في مجال العلوم نجد التظافر الذي دشن لنا وادي السليكون الذي تخصص في علوم الحواسيب والبرمجيات الرقمية في ولاية كاليفورنيا الامريكية، وفي مجال علوم الفلك، وجدنا التظافر فيما بين القوى العظميين أميركا وروسيا ومن انضوى تحت قيادتهم في مثل الصناعات الكندية واليابانية لإطلاق الأقمار الصناعية والصواريخ للفضاء، وفي الصناعة حين نجد شركات السيارات الامريكية تعتمد على عمالة آسيوية، وفي السياسة حين تتحد الدول الأوروبية لتشكل اتحاداً أوروبياً، ومع الخدمات حين تتعاقد شركة (أبل) لإنتاج جهاز خلوي عبر شراكات مع عشرات الشركات الممتدة جغرافيا فيما بين اكثر من ثلاث قارات، وهكذا.

صناعة التكامل:

غير ان للتكامل صـــناعة واحتراف فهي ليس مجرد ايمان بأهميته ورغبة باعتماده، بل هي ممارسة وابداع في التشغيل لها، وفي الشكل (1) مراحل في مسار التكامل.



الشكل (1): مراحل ممارسة التكامل



مسارات التكامل:



شكل (2): مسارات التكامل

ومسار التكامل، يمضي عبر مزيج من القيم هي:

أ- التعاون: فالتعاون يكون في الغالب فيما بين المتجانسين.

ب-التآزر: يتم عبر مد الطرف الآخر بالقوة والدعم.

ت-الظهير: ضمان الامداد متى ما لزم الامر.

ث-اتحاد: يتم عبر تنظيم التشريعات والقوانين.

ج- التكامل: يفرض تعدد الوظائف وتنوعها، ويفرض مزيجا مما أشرنا اليه من تعاون وتآزر وظهيرا.

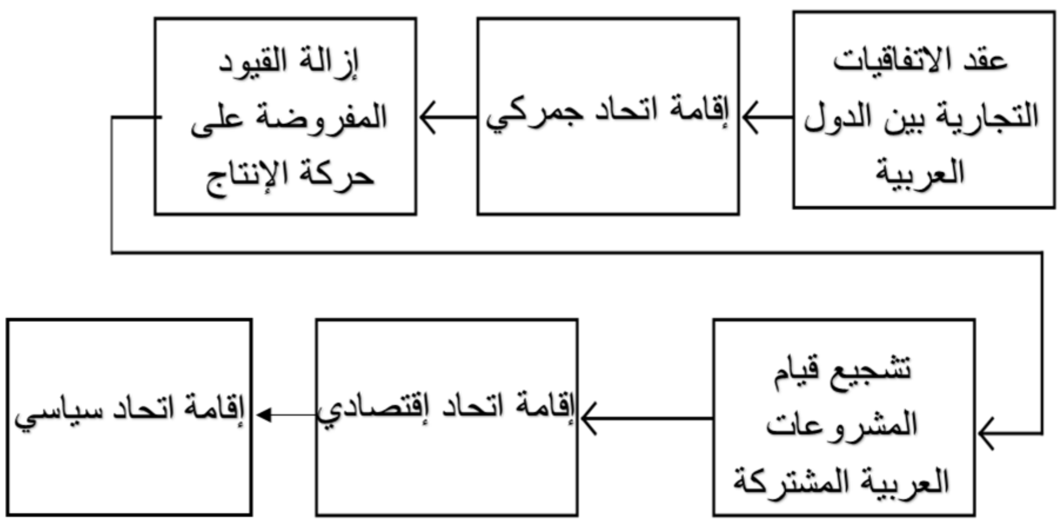
ح- ظَّهير: المُعين، الداعم

دول العالم العربي والإسلامي والتكامل:

التكامل فيما بين دول العالم العربي قد تم عرقلة تفعيله من قبل المستعمر قبل ان يغادرنا بشكل (صوري)، ذلك لما للتكامل من خطر عليه، ورفعه لنا، فالتكامل يفرض التجمع، ويفرض التبادل، ويفرض التعارف، ويفرض اتفاقيات ثنائية، لذا يعمد العدو لنشر الفتن بيننا بقصد عدم تحقيق التكامل والتعاون، لنظل في حاجة دائمة اليه، فهو ما يعني بالضرورة، انخفاض حاد في الاختراعات، وتعطل آلة الزمن كعامل في مسابقة باقي

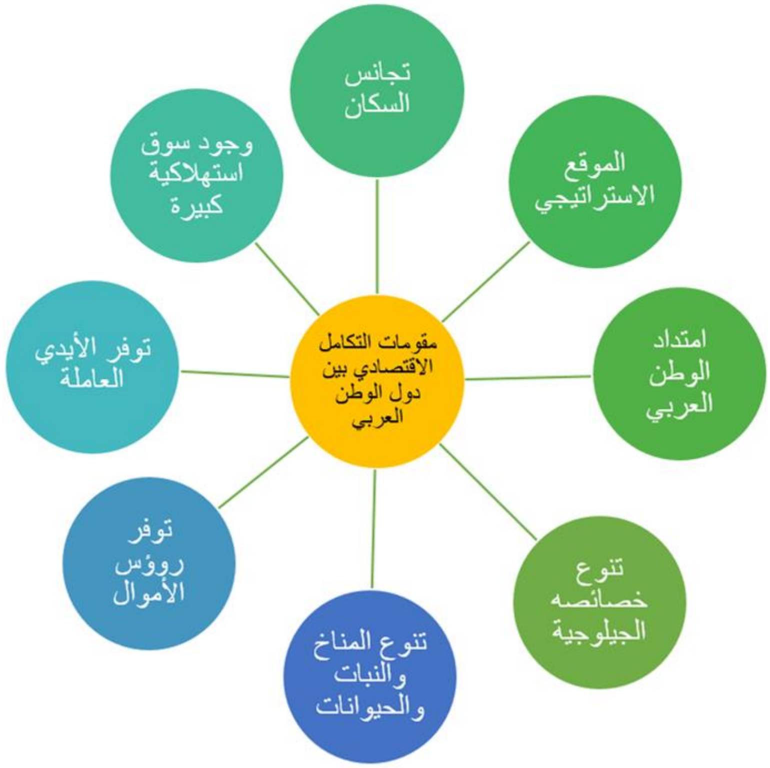
الأمم في النهضـــة والتقدم، وانخفاض حاد في معدلات التنمية والرفاهية الاقتصـــادية، وتعاظم مستويات الجهل والامية.

العوامل المساعدة على نجاح تحقيق التكامل الاقتصادي بين دول الوطن العربي

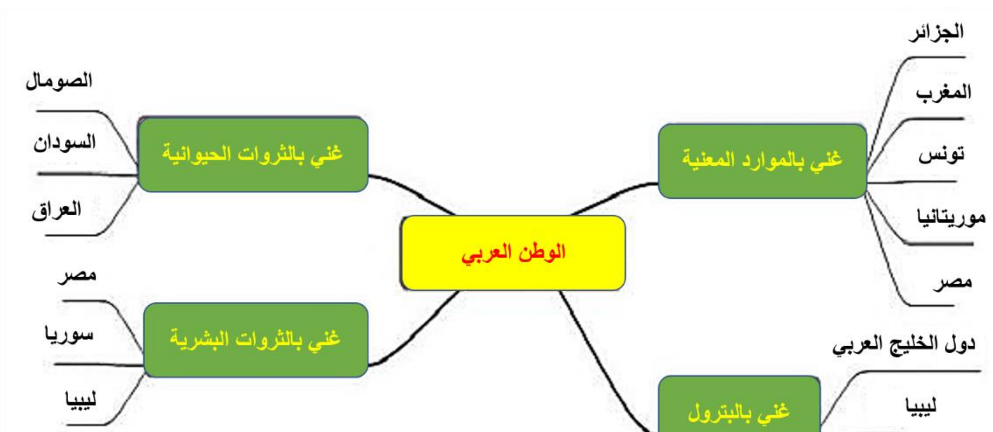


شكل (3): لإنجاح التكامل الاقتصادي

ومقومات التكامل فيما بين دول العالم العربي جميعها قائمة غير انها معطلة ولا تعمل، طالع الشكلين (4،5).



شكل (4): مقومات التكامل الاقتصادي



شكل (5): الموارد في العالم العربي

الباب الثاني

مسار ودرجات التكامل

ثالثا: بناء قيمة التكامل

ونقصـــد ببنائها ان نعتمد مؤشـــرا لقياس الأداء لها، عبر تحليل، ومهارات، وانشـــطة، ومراقبة الســـلوك، وتحويلها لتشـــريعات وقوانين، وهو ما ســـنطالع بعض منه في هذا الباب والابواب التالية، وفيما يلي نستعرض لنماذج في التكامل حية، وفق المسار الذي بيناه للتكامل، وذلك عبر الترتيب الذي هو في الجدول التالي:

تسلسل	النموذج	أداة مسار التكامل	المصطلح الأجنبي
1	شركة ايرباص الأوروبية	التكامل لأعلى صوره	Integration
2	الاتحاد الأوروبي اتحاد الكتاب	اتحاد	Union
3	مجلس التعاون الخليجي	تعاون	Cooperation
4	شركة نايس- البورصة الامريكية	التماسك والتعزيز	Consolidation
5	نيوز كورب - news crop دبليو بي بي - Wpp	استحواذ\ دمج	Acquisition Merge
6	ابل – Apple كوبر ماونتن - Copper Mountain	شراء خدمات طرف ثالث	Out sourcing
4	شركات التأمين - Insurance co بطاقات الائتمان Ad council	ظهير	Backer
5	الأقمار الاصطناعية ناسا الكرسي الجامعي	تآزر- تطويع خبرات	Synergy
6	الخطوط الجوية البريطانية أولكر وجوديفا	التحالف	Alliance

وقبل أن نشرع في استعراض النماذج لنبين ما تعنيه بعض المصطلحات:

التآزر في اللغة: تَآزَرَ الجَارَانِ: تَعَاوَنَا فِيمَا بَيْنَهُمَا، تَعَاضَدَا، تَرَابَطَا

التآزُر هو مصطلح يستخدم للإشارة إلى حصول تأثير أكبر عند تعاضد عاملين مختلفين قياساً بتأثير كل عامل منهم على حدة، ويتميز هذا التأثير بكونه أكبر من حاصل مجموع العاملين إذا ما أخذ كل منهم على حدة.

التعاون، بحسب علم الاجتماع، هو آلية تقوم بها المجموعة وتعمل معاً بدافع المنفعة المشتركة. وهو بعكس التنافس الذي تكون فيه المنفعة الشخصية هي الدافع. ويكون **التعاون** بين أصناف نفسها أو مع أصناف أخرى.

الاتحاد: اتّحاد مقاصّة المدفوعات لجمعية بنوك بريطانية أسّست في عام 1985 لإدارة مقاصّة المدفوعات والتحويلات الخارجية في بريطانيا. (مالية).

أ- اتحاد المحامين العرب: منظمة عربية غير حكومية تضمّ نقابات ومنظمات وجمعيات المحامين في الدول العربية الأعضاء فيها. (قانونية).

ب-اتّحاد اقتصادي :اتّفاق بين دولتين أو أكثر يسمح بحريّة حركة رأس المال والعَمالة وجميع السلع والخدمات بينهما. كما يشمل تنسيق وتوحيد السياسات الاجتماعية والضريبية والنقدية. (مالية).

ج-اتحاد الدائنين :هو الحالة القانونية التي يكون عليها الدائنون الذين ثبتت ديونهم عند عدم وقوع الصلح. (قانونية).

د- انضمام عُمّال أو غيرهم في وحدة تجمعهم اتّحاد الكُتّاب العرب / المنتجين / البريديّين.

هـ- اتّحاد الطَّلَبَة: تنظيم في جامعة أو كلِّيَّة يُوَفِّر التَّسهيلات والمرافق للتَّرويح للطلبة.

و- اتّحاد من الشركات أو المؤسسات التي تجتمع بهدف تقليل المنافسة والسيطرة على الأسعار.

الاستحواذ: الاستحواذ في علم الاقتصاد والتجارة والأعمال هو السيطرة المالية والإدارية لإحدى الشركات على النشاط التجاري لشركة أخرى بشراء الأسهم كاملة أو جزء كبير منها، بحيث تصبح مخولة قانونياً بتعيين مجلس إدارة في الشركة المستحوذ عليها، مما يعني التبعية الإدارية والمالية للشركة الأم.

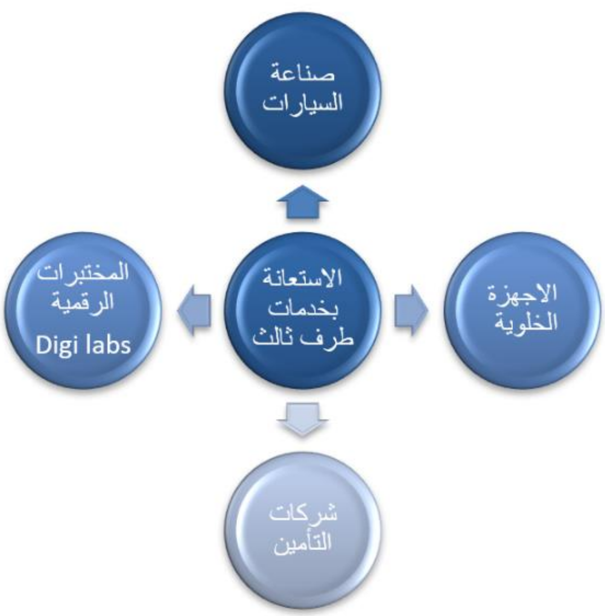
في اللغة: دمَج الشَّيءُ في الشَّيءِ: دَخَل فيه واستحكمَ.

التعهيد: صفقة شراء خدمات طرف ثالث:

التعهيد ***(Outsourcing)*** هو استخدام واستئجار كفاءات وقوى وأفراد ووسائل وخدمات من مؤسسات أو شركات أو جهات ثالثة (أجنبية أو محلية)، وهو طريقة جديدة لتقسيم العمل وتوفير المال والطاقة والوقت في مختلف قطاعات الحياة الاقتصادية وغير الاقتصادية وذلك بإعطاء الجهة الثالثة المستعان بها الثقة ومهام ووظائف ومسؤوليات وصلاحيات وهيكليات معينة وأنشطة كانت عادة تقوم بها (ذاتياً) وتؤديها داخلياً الجهة المستعينة، وذلك عن طريق التعاقد بتوقيع عقود واتفاقيات تعاون ترتب وتنظم مده وموضوع الاستعانة والإنجازات والواجبات والحقوق والالتزامات وسد الثغرات وتلبية مصالح وأهداف الجهة المستعينة.

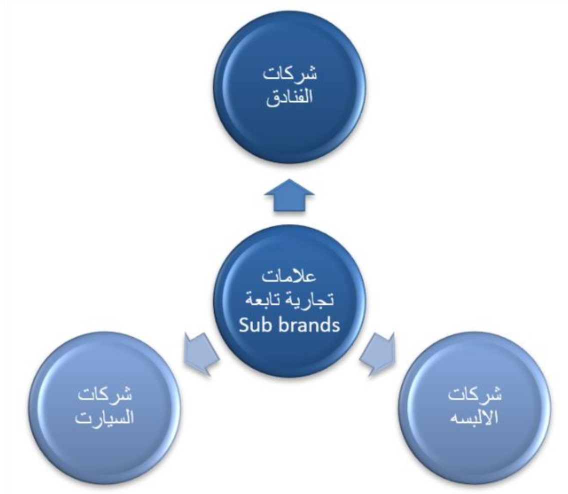
الاندماج: الاندماج بصفة عامة هو اتحاد للمصالح بين كيانين، أو شركتين أو أكثر ينتج عنه ظهور كيان جديد أو قيام أحد الشركات، فمثلاً اندماج الشركة يعني دخول كلي لكيانها في شركة أخرى وبالتالي يزول كيانها القانوني وتدخل في كيان الشركة الأخرى المندمجة معها، وهذا يختلف عن تحول الشركات حيث تبقى الشركة قائمة وإنما يتغير كيانها القانوني، كما أن الاندماج ليس بالضرورة أن يكون بين الشركات من ذات النوع، فيجوز أن تندمج شركة مع أخرى من نوع آخر، سواء كان الاختلاف من حيث الأغراض أو من حيث الكيان القانوني.

الظَّهيرُ: المُعين، الداعم



شكل (6): خدمات طرف ثالث

أما عندما تقوم ذات الشركة بتفريخ علامات تابعه لها، فهي تكون مازالت صاحبة الحل والعقد، وهي ليست صورة من صور التكامل، وهو ما تقوم به العديد من العلامات التجارية في مثل شركات الفنادق والسيارات والالبسة وغيرها.



شكل (7): علامات تابعة Sub brands

شـــركات الســـيارات في مثل جنيرال موتورز الامريكية التي اعتمدت أســـلوب امتداد العلامة عبر علامات تابعة مثل الشـــفر، وبونتياك، وبيوك، وغيرها، فهي لم تعتمد التكامل مع الغير، بل اعتمدت أســـلوب امتداد العلامة (Sub brand)، بينما اختلف الامر مع شركة WPP التي اعتمد على أسلوب الاستحواذ في التكامل وهو ما سنطالعه.

امتداد العلامة التجارية Sub brands	التكامل integration
مجلس إدارة واحد يدير كافة العلامات التجارية التابعة	تعدد مجالس الإدارات
يعتمد أسلوب التفريخ لعلامات تابعة للعلامة الام	يعتمد أسلوب الاستحواذ (الشراء)
خبرات مركزية	تتنوع مشارب الخبرات
يمضي في إنجازه بما يمليه عليه السوق	سرعة في الإنجاز وارتقاء في الأداء (ريادة السوق)

تسلسل	النموذج	أداة مسار التكامل	المصطلح الأجنبي
1	شركة ايرباص الأوروبية ناسا الامريكية	تكامل	Integration

إيرباص	AIRBUS
تاريخ التأسيس	1970 (Airbus Industrie) 2001 (Airbus SAS)
المقر الرئيسي	تولوز، فرنسا
عدد الفروع	19
عدد الموظفين	57,000
المنتج	طائرات



شكل (8): طيران ايرباص

في منتصف الستينات، بدأت المفاوضات المبدئية بشأن النهج التعاوني الأوروبي، حيث تراءى هذا المتطلب لشركات الطائرات الفردية، ثم في سنة 1959 أعلن هوكر سايدلي عن نسخة "إيرباص" من الطائرة التجارية ارمسترونغ ويتوورث AW.660، والتي "ستكون قادرة على حمل ما يصل إلى 126 راكبا على مسارات قصيرة جدا، ادركت شركات صناعة الطائرات الأوروبية أهمية التكامل مع حكوماتها، وبدأت تقبل جنبا إلى جنب مع حكوماتها لتطوير صناعة الطائرات، ومن اجل الحد من المنافسة مع المصنعين الأكثر قوة بالولايات المتحدة الامريكية، في نفس العام (بإيعاز من الحكومة البريطانية) تم تكليف فريقا مع بريكو ونورد لدراسة تصاميم إيرباص، وبحلول سنة 1966 أصبح الشركاء في مجال الطيران،

وايروسباسيال (فرنسا)، Arbeitsgemeinschaft إيرباص، دويتشه إيرباص (ألمانيا) وهوكر سايدلي (المملكة المتحدة)، وقُدم طلب للحصول على تمويل إلى الحكومات الثلاث في أكتوبر سنة 1966.

قامت إدارة الشراكة بتطوير مبدأ تقسيم العمل الذي من شأنه أن يكون أساسا لإنتاج إيرباص للسنوات التالية حيث تم كالتالي: فرنسا تصنع قمرة القيادة، مراقبة الطيران، والقسم السفلي من منتصف جسم الطائرة، أما هوكر سايدلي، فقام بتصنيع الأجنحة، وتقوم ألمانيا بصناعة الأجزاء الأمامية والخلفية من جسم الطائرة، بالإضافة لمنتصف الجزء العلوي، أما هولندا فمن شأنها أن تصنع الجنيحات الاضافية والكابح، وبأن شركة رولز رويس ستصنع المحركات وأخيرا إسبانيا تصنع ذيل الطائرة الأفقي، وفي 26 سبتمبر، 1967، وقعت حكومة ألمانيا وفرنسا وبريطانيا مذكرة تفاهم في لندن مما يسمح لهم بمتابعة دراسات التنمية والتطوير، مما أكد أن الشركاء الذين شكلوا كيانا موحدا باسم "سود للطيران" هي "الشركة الرائدة"، وأن فرنسا والمملكة المتحدة سوف يكون لكل منهما 37.5 ٪ من الأعمال المشتركة، أما حصة ألمانيا فهي 25 ٪. أُنشأت إيرباص رسميا باعتبارها تجمع من أجل المصلحة الاقتصادية بتاريخ 18 ديسمبر 1970، وأصبحت لاعباً رئيسياً في سوق الطائرات، التكامل الذي تمخض عنه في السنة الأولى فقط طلب التصنيع لأكثر من 400 طائرة قبل رحلتها الأولى.

العائد على التكامل:

عوائد التكامل على الدوام إيجابية، وفيما يلي نستعرض جانبا إيجابيا واحدا في مجال السجل البيئي كنموذج عن ذلك، حيث انضمت ايرباص لشركة هونيويل وخطوط جيت بلو الجوية في محاولة منها للحد من التلوث، والاعتماد على النفط، الانضمام بقصد تطوير الوقود الحيوي الذي يمكن أن يستخدم بحلول عام 2030 حيث تعتقد الشركات انهم يستطيعون تغطية ما يقرب من احتياجات ثلث سكان العالم من وقود الطائرات، حيث اعتبرت الطحالب بديل ممكن لأنها تمتص ثاني أكسيد الكربون، ومع ذلك، فالطحالب وغيرها من النباتات لا تزال مجرد تجارب، وقد قامت ايرباص مؤخرا بأول طيران بالوقود البديل، حيث يتكون من الكيروسين بنسبة 60 % و 40 % من غاز مسال (GTL)، ولم يخفض هذا الوقود من انبعاثات الكربون، لكنه كان خاليا من انبعاثات الكبريت، وقد كان هذا الوقود البديل قادرا على العمل بشكل سليم في محرك طائرة إيرباص، حيث أن أنواع الوقود البديلة لا ينبغي أن تؤدي لحاجة محركات جديدة للطائرة، وهي خطوة باتجاه الطائرات الصديقة للبيئة، والنتائج الإيجابية للتكامل يمكن معاينتها عبر التشكيل الذي يبين مزج الخبرات من أكثر من دولة وتلاحم فيما بين الثقافات على تنوعها للقوى العاملة التي تعمل لصالح ايرباص، وفيما يلي بيان بذلك:

إيرباص (موقع)	الدولة	القوى العاملة
تولوز	فرنسا	16.992
هامبورغ	ألمانيا	13.420
(بروتون) فلينتشير، ويلز	المملكة المتحدة	5.031
(بريستول) فيلتون، إنجلترا	المملكة المتحدة	4.642
بريمن	ألمانيا	3.330
(مدريد) خيتافي، إليسكاس	إسبانيا	2.484
سان نازير	فرنسا	2.387
نوردينهام	ألمانيا	2.086
نانت	فرنسا	1996
(ألبرت) مولت	فرنسا	1.288
فاريل	ألمانيا	1.191
وبهايم	ألمانيا	1.116
(كاديز) بورتو ريال مدريد	إسبانيا	448
واشنطن العاصمة	الولايات المتحدة	422
بكين	الصين	150
ويتشيتا	الولايات المتحدة	200
موبايل، ألاباما	الولايات المتحدة	150

شكل (9): القوى العاملة دوليا في ايرباص

في المقابل نجد ايضـــاً عبر انتاج طائرات بوينغ الامريكية الذي ما كان له أن يتم لولا التكامل الذي تم مع 50 شـــريكاً من 130 موقع مختلف، وقد عملوا لأكثر من 4 ســـنوات وكان لذلك عوائده، فقد تم استخدام مواد الكومبوزيت لاول مره في صناعة اجزاء الطائرة، والشركاء بنو طائرة مســتخدمين مهارات وتكنولوجيا الشــركاء الآخرين ضــمن 50 شــريك، فكانت طائرة البوينغ.

تسلسل	النموذج	أداة مسار التكامل	المصطلح الاجنبي
2	الاتحاد الأوروبي	اتحاد	Union
3	مجلس التعاون الخليجي	تعاون	cooperation

يكمن الفرق فيما بين الاتحاد كأداة للتكامل مع التعاون كأداة أخرى للتكامل ايضاً، في كون الاتحاد يعني بالضرورة انسجام الأنظمة والمعايير والقوانين، فيما التعاون ليس بالضرورة يتضمن انسجاما في الأنظمة والمعايير والقوانين.

4	النموذج	أداة مسار التكامل	المصطلح الاجنبي
		اتحاد	union
International Affiliation of Writers Guilds		IAWG INTERNATIONAL AFFILIATION OF WRITERS GUILDS	

فنموذج التكامل عبر مسار الاتحادات نجده مثلاً عبر اتحاد كتاب قصص الافلام International Affiliation of Writers Guilds وهو اتحاد دولي لنقابات الناشطون في كتابة السيناريو المحترفين والكتاب المسرحيين، وبعض الشركات التابعة تنتمي أيضا إلى الاتحادات النقابية الوطنية، حيث تسعى IAWG إلى ضمان حقوق التأليف والنشر، وإذا هاجر عضو من النقابة إلى بلد آخر أو تم تصدير الفيلم أو التشغيل له، فإن نقابات الأعضاء تتعرف تلقائيًا على عضويتها من خلال اتفاقيات متبادلة، وتتمثل الوظيفة الأساسية في تسجيل البرامج النصية للتحقق من التأليف الأصلي، ومعظم الشركات التابعة لها احتفالات توزيع جوائز سنوية للاحتفال بالإنجازات التي تحققت عبر الحرفة، فهي عبر هكذا محضن أضحت مؤسسة دولية، وهو ما شجع لإغناء الصناعة التلفزيونية عبر الانتاج للمسلسلات والإنتاج من الأفلام السينمائية على نطاق عالمي، وهو ما شكل (مضموناً) لصناعة تالية اعتمدت الاعلام الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك الشركات التي اعتمدت في بنيتها على الانترنت في استهداف شرائح مجتمعية على تنوع ثقافاتهم، فمن دون ذاك الاتحاد والتكامل ما كان يمكن لمثل هذا التطور في الصناعة الرقمية والإعلامية ووسائل التواصل، في مثل تطبيق يوتيوب، وغيره ان يتحقق.

تسلسل	النموذج	أداة مسار التكامل	المصطلح الاجنبي
5	شركة نايس- البورصة الامريكية	التماسك والتعزيز	Consolidation

نايس NYSE	NYSE EURONEXT
تاريخ التأسيس	2007
المقر الرئيسي	نيويورك اميركا
عدد الفروع	New York Stock Exchange, Euronext (Amsterdam, Paris, Brussels, Lisbon),
عدد الموظفين	3,061 (2012)
المنتج	خدمات مالية

في المجال المالي تم اعتماد مزيج من أدوات التكامل تضمنت الاستحواذات والشراكات والاندماجات، من اجل الوصول الى التماسك والتعزيز لشركة تكون قادرة على ريادة البورصات عالميا وهو ما كان ينشده القائمون على شركة NYSE، فالشركة NYSE Euronext في الأساس تقدم مجموعة واسعة ومتنامية من المنتجات والخدمات المالية في الأسهم النقدية والعقود الآجلة والخيارات والمنتجات المتداولة في البورصات (ETPs) والسندات وبيانات السوق وحلول التكنولوجيا التجارية، وهي تشمل فئات البورصة المتعددة الأصول وستة بلدان مع أكثر من 8000 مجموعة استثمارية مشكلة، للتداول في أسواق الأسهم في بورصة نيويورك، و NYSE Euronext يمثل أكثر من ثلث حجم الأسهم النقدية العالمية. تدير الشركة أيضًا البورصة الأوروبية الرائدة في مجال المشتقات من حيث قيمة التداول، فقد تمت الموافقة في البداية على الاندماج بين NYSE و Archipelago Holdings في عام 2005، كان الغرض من ذلك الاستحواذ على Archipelago التي كانت يمتلك تقنية السوق التي تحظى بتقدير كبير في ذلك الوقت لجلب التداول الآلي إلى أسواق NYSE (النظام السابق كان يعتمد نظام "الصراخ المفتوح") وذلك من اجل زيادة الكفاءة.

فشركة يورونكست هي أول بورصة متكاملة عبر الحدود، تجمع بين بورصات أمستردام وباريس وبروكسل ولشبونة في سوق واحدة، وهو ما يجعل الجهات المتصدرة التي تفي بالمعايير التنظيمية للاتحاد الأوروبي مؤهلة للإدراج في الأسواق المنظمة التي تديرها يورونكست، بذلك تكون الشركة ولأول مرة في تاريخها الممتد 213 عامًا تصبح بورصة

نيويورك شـــركة ربحية، وبدأت التداول علنًا في بورصـــة الأوراق المالية الخاصـــة بها تحت مؤشر بورصة نيويورك.

تم إنشـــاء Smart Pool بواسـطة NYSE Euronext بالشـــراكة مع BNP Paribas و HSBCو.J.P. Morgan Chase وتعتبر Smart Pool Trading Limited شركة مسجلة في المملكة المتحدة وهي توفر مجموعة يقودها تبادل لتنفيذ أوامر الحظر التي تغطي 15 ســوقًا أوروبية مختلفة، في سبتمبر 2010، أعلنت NYSE Euronext عن خطط لإنشـاء NYSE Blue، وهي شركة عالمية جديدة ستركز على أسواق الطاقة البيئية والمستدامة، حيث أسهمت NYSE Euronextفي ملكيتها لشـركة Blue Next في مقابل الحصـول على حصـة أغلبية في NYSE Blue ، وتقدم الشـــركة أيضـــا خدمات المعلومات وحلول التكنولوجيا، كما توفر الحلول المبتكرة التي تعمل على تحسين كفاءة التداول .

وشركة NYSE Technologies هي قسم التكنولوجيا التجارية في NYSE Euronext. تم إطلاقه في يناير 2009، وهي توفر خدمات البيانات والبنية التحتية، والمعاملات الشـــاملة، والحلول المدارة لمجتمعات جانب الشـــراء وجانب البيع والتبادل التي تتطلب أداء وخبرة من الجيل التالي، فلم يكن من الســهل الوصــول لمثل ما وصــلت اليه شــركة نايس لولا اعتماد مبدأ التكامل وادواته، ومن الواضــح ان الامر لم يكن ســهلا، عبر المســيرة الصــعبة التي تمكنت من اجتيازها باحتراف.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
6		استحواذ\اندماج الظهير	Acquisition merge

Wire and Plastic Products plc	WPP
تاريخ التأسيس	1985 تحولت لصناعة الإعلان والعلاقات العامة
المقر الرئيسي	لندن
المجال	الإعلان والعلاقات العامة
عدد الموظفين	162,000 (2014)
عدد الفروع	3000 عبر 110 دول
المنتج	تسويق، وسائل الإعلان، حملات إعلانية وعلاقات عامة
الموقع الالكتروني	WPP.com
راس المال المدار	71 بليون دولار
الأرباح	16 بليون دولار

الســـيد مارتن ســـوريل، والذي التقيت به في بلجيكا عام 2001 وهو رجل يعمل في مجال المحاسبة والتمويل لشركة اعلان "سأتشي آند سأتشي" البريطانية قبل ان يعزز لقامة عالمية في مجال شـركات الاعلان، اسـتحوذ في عام 1985 على شـركة تعمل في مجال البلاسـتيك وحول ترخيصها لشركة تعمل في مجال الإعلان والعلاقات العامة، ، حيث تمكن من الاستحواذ على كبرى شـركات الإعلان العالمية قاصـدا تكوين شـركة إعلانية قابضـة عملاقة كبرى، وما كان بإمكان السيد مارتن تحقيق معدلات في البيع لتصل الى 71 بليون دولار وربح يصل الى 16 بليون دولار لولا عمليات الاستحواذ والتكامل التي عززت للتركيز في هذه الصناعة، وهو ما جعل كل شـــركة بمثابة الظهير لكل الشـــركات الزميلة لها في عمليات التســـويق وتحقيق الحسـومات الناتجة عن شـراء المسـاحات واوقات البث في محطات التلفاز للعملاء بأسـعار منافسـة، ذلك لما لعلاقة تعاظم الحسـومات من دور مع تعاظم المبالغ المتاحة في الشـراء، اما الشركات الاعلانية التي استحوذ عليها فنذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

1- شركة وولتر ثومبسون بما فيها هل اند نولتن 1987
2- الاستحواذ على شركة اوغلفي اند ميذر الاعلانية 1989
3- التحالف مع الشركة اليابانية أساتسو – دي كي 1989
4- شراء شركة يونغ اند رابيكام الاعلانية 2000
5- استحداث مجال Wpp. digital 2007
6- الاسـتحواذ بمبلغ 1.6 بليون جنيه إسـترليني على شـركة تايلو نيلسـون في مجال أبحاث التسويق 2008

الإمبراطورية التي بلغ عدد العاملين فيها يصـــل الى 162,000 موظف ويعملون في 3000 مكتب في 110 دولة حول العالم.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
7		استحواذ\دمج	Acquisition merge

نيوز كوربوريشن	News Corporation
تاريخ التأسيس	1979روبرت مردوخ
المقر الرئيسي	أمريكا، نيويورك
المجال	اخبار وترفيه
عدد الموظفين	64,000 (2008)
المنتج	التلفاز، الصحافة، الراديو، السينما

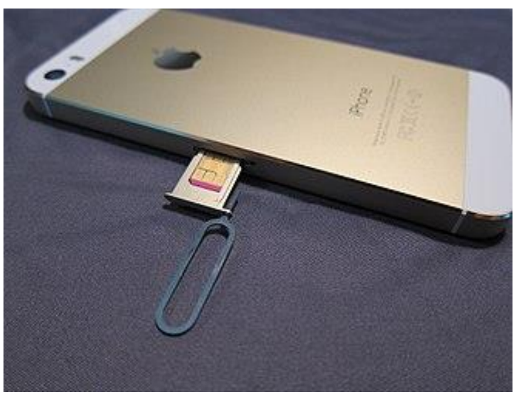
نيوز كوربوريشــن هي شــركة خدمات ترفيهية متنوعة تعمل في ثمانية قطاعات منها: الأفلام الترفيهية والتلفزيون وبرامج شــبكة الكابلات والبث المباشــر من خلال الفضــائيات والمجلات والجرائد ونشر الكتب وغيرها من الأنشـطة، وتزاول نيوز كوربوريشـن نشـاطها في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة والقارة الأوروبية وأستراليا وآسيا وحوض المحيط الهادئ، وفي 21 مـارس 2005م اســـتحوذت على شـــركـة فوكس للخدمـات الترفيهيـة للافلام، وتعتبر نيوز كوربوريشن من أكبر الشركات الاعلامية في العالم وهي مدرجة حاليا في بورصة نيويورك.

انشـئت في عام 1980 على يد روبرت مردوخ كشـركة قابضــة في أمريكا، ففي عام 1973 أي قبل أنشـاء الشـركة اشـترى روبرت ميردوخ صـحيفة سـان انتونيو نيوز الأمريكية وفي عام 1976، واشـترى صـحيفة نيويورك بوسـت وفي عام 1981، وبعد إنشــاء الشــركة اشــترى نصف شركة السينما الأمريكية المعروفةCentury Fox20 ، واشترى النصف الاخر عام 1984 ، وفي عام 1986 انشئ شركة فوكس للبث والتي يشاهدها حاليا حوالي 96 بالمئة من البيوت الأمريكية، وشركة فوكس هي المنتجة لبرنامج اميركان أيدول والتي اشترت حقوقه قناة العربيه وتلفزيون المسـتقبل والتي اسـمته سـوبر سـتار في عام 1991، اضـطر ميردوخ لبيع الكثير من الصـحف التي اشـتراها في منتصـف الثمانينات لشـراء شـركة بي سـكاي بي والتي تتحكم في الســوق الإعلاني البريطاني وفي عام 1996 ثم انشـــئ فوكس الإخبارية والتي عدد مشاهديها حاليا أكبر من السي ان ان والعربية والجزيرة، وفي عام 2003 اشترى دايركت تي في بمبلغ 6 مليارات دولار، وفي عام 2005 اشـــترى موقع ماي ســـبيس بمبلغ 500 مليون دولار ويعتبر أكبر موقع للتعارف حيث عدد اعضائه 80 مليون ويزداد كل يوم.

ما ســـبب ادراجنا نموذج نيوزكوربوريشـــن ضـــمن فعاليات التكامل في حين يبدو ان غالب عملياتها يغلب عليها الشراء لا غير؟ ذلك ان علم القارئ ان الفكرة الكامنة من وراء الاستحواذ لوسائل الاعلام والاعلان في النهاية هو التأثير على حركة الأسواق عالميا، وسعر الأسهم في البورصات حال تم نشر خبر يعزز مصلحة شخصية للمالك أو الملاك، أو في الحد من انتشار فضيحة أو لتلميع شخصية سياسية او اقتصادية ما وطمس أخرى أو تشويه سيرة نجم، فتكامل مثل هذا منبوذ بحكم ان هدفه تدميري ومصـلحي وليس لصـالح التمكين للإنسـان أو الاخذ بيده نحو الجادة عبر اخبار موثوقة، وهو ما أودى بالميردوخ إعلاميا عبر فضـيحة التجسـس التي كانت موجهة له عن ابتزاز بعض السياسيين في العقد الماضي، فالنموذج التكاملي هذا لو وجه للبناء لكان نموذجا يستحق الإشادة والاستنساخ.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
8		أسلوب خدمات الطرف الثالث	Outsoaring

Apple, I phone	شعار الشركة الام
تاريخ التأسيس	1أبريل 1976
المقر الرئيسي	
المجال	عتاد الحاسوب برامج الحاسوب إلكترونيات استهلاكية توزيع رقمي
عدد الموظفين	115,000
عدد الفروع	478متجر تجزئة في 17 دولة (اعتبارا من مارس 2016
المنتج	جهاز خلوي
الموقع الالكتروني	www.apple.com
راس المال (الأصول)	375.319مليار دولار(2017)
الأرباح	48.351مليار دولار(2017)



I phone

تلك العلامة التجارية الشـــــهيرة الأمريكية الفريدة من نوعها (iPhone)، فهذا الهاتف الذكي المصـــنوع في أميركا هو مزيج من المنتجات الأخرى التي يتم تصــنيعها في أماكن أخرى عبر شـركات قارية، والحقيقة هي أنك عندما تشـتري جهاز iPhone، فأنت تشـتري أيضًـا شـيئًا ما

ربما يكون من LG أو Samsung أو Sharp وعدة قطع غيار سلعية أخرى ليست أمريكية، والسبب ما تتطلبه Apple من Samsung المساعدة في خفض التكاليف على سبيل المثال.

صنع في أمريكا: يعتبر iPhone منتجًا أمريكيًا حقيقيًا لأن هندسته وتصميمه مستمدان من براعة ومهارة المطورين والمصممين الصناعيين الأمريكيين في كوبرتينو ، كاليفورنيا ، مقر شركة أبل حيث بدأت خطة المعركة من أجل ابتكار صناعة الهواتف الذكية. فبعد مرحلة التخطيط، يتم تصنيع دماغ الهاتف، من قبل شركة أشباه الموصلات في الولايات المتحدة، ربما أحد مصانع Intel أو IBM أو حتى شركة تابعة لشركة Samsung الأمريكية في أوستن، تكساس. وغالباً يكون الهاتف الذكي مصنوعًا من بلدان مختلفة حيث تم تصميم البرنامج محليًا وتم بناء مركز بيانات بقيمة 500 مليون دولار في ولاية أخرى هي كارولينا الشمالية، ويتكون الجزء الخاص بتردد الراديو من شركة Triquint ومقرها ولاية أوهايو، وهي شريحة الصوت التي تنتجها شركة Cirrus Logic ، وهي شركة تيكسان ويتم تصنيع شرائح التحكم بواسطة PMC Sierra ومقرها كاليفورنيا، وتم تطوير وتصنيع الزجاج بواسطة مصنع كورنينج في ولاية كنتاكي، على الرغم من أن الجزء الأكبر من التصنيع قد تم شحنه إلى مصانع الشركة في اليابان وتايوان، وإلى جانب المواصفات الفنية، يقوم iPhone بإنشاء اقتصادات مشتقة محلية من حوله: فيتم التعامل مع تسويقه المبتكر بواسطة TBWA مع مكاتب في لوس أنجلوس ونيويورك، ويتم كتابة تطبيقاته بواسطة شركات برمجيات أمريكية مختلفة.

صنع في منغوليا: تسعين في المائة من المعادن الأرضية النادرة، والمواد الصلبة تشتمل مكوناتها على أجزاء أساسية من iPhone، يتم تعدينها في الصين، خاصة في منغوليا، حيث تتضمن تلك المعادن Lanthanides، scandium، وبعض المعادن الأخرى تجعل iPhone "خفيفًا، ساطعًا " تأتي من مزيج من هذه المعادن الأرضية النادرة.

صنع في اليابان وكوريا وتايوان: حصلت آبل على لوحة LCD من Sharp و Japan Display و LG فالاستمتاع بهذا الإحساس السلس بالتحكم عند التمرير أو التحريك أو التصغير أو في شاشة لمس iPhone، حيث طورت LG شاشة العرض لتعمل على إزالة الطبقة الزجاجية بين لوحة اللمس والبلور السائل لجعل الهاتف الذكي أرق مع عمر أطول للبطارية.

أن شرائح الرقائق من iPhone تصنعها شركة Samsung، بالرغم من كونها عدو منافس لشركة Apple ومع شركتي TSMC وSK Hynix التايوانية (المعروفة سابقًا باسم Hyundai)

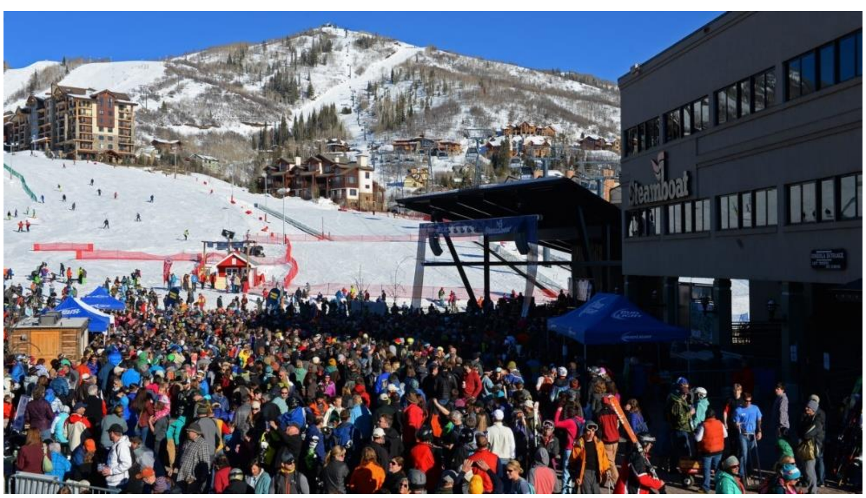
لصـــناعة الرقائق و DRAM إضـــافة الى ذاكرة الفلاش ومع ذلك توفر Samsung بطاريات قابلة لإعادة الشحن.

صـــنع في أوروبــا: تمكنـت شـــركـة فرنســـيـة إيطـاليـة مقرهـا جنيف، ســـويســـرا، STMicroelectronics، من الحصـــول على حصـــة ايضـــا في صـــناعة iPhone عبر الجيروسكوب المستخدم لتتبع اتجاه الهاتف الذكي.STMicroelectronics وهي أكبر شـركة لصناعة رقائق أشباه الموصلات في أوروبا .

تفعيل للتكامل جاء على ضوئه منتج تمكن من تغيير نمط حياة البشر، وهذا الذي نطمح اليه في الارتقاء بأداء الانسان على كوكب الأرض، فلولا التعارف والتعايش كقيم والتعاون فيما بين الثقافات على تنوعها لما تمكنت شركة أبل من تحقيق انجاز كهذا.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
9	**Copper Mountain (Colorado)**	أسلوب (الرعاية) بخدمات الطرف الثالث	Outsoaring

تاريخ التأسيس	1972
المقر الرئيسي	كالورادو – الولايات المتحدة الامريكية
المجال	منتجع رياضي
المنتج	ترفيه



شكل (10): منتجع كووبر ماونتن

Copper Mountain هو منتجع للتزلج وسط جبال كولورادو الولايات المتحدة الامريكية، تم افتتاح المنتجع في نوفمبر 1972، وهو نموذج في التكامل في عملية تشغيل منتج جبلي، فعملية تشـغيل المنتجع قد تمضـي وفق أسـلوب تقليدي كباقي أسـاليب الإدارة في الفنادق والمنتجعات، غير ان منتجع "كوبر ماونتن" عمد لأســلوب مغاير، وذلك عبر مزيج من الأســاليب التي اعتمدت شراء الخدمة من طرف ثالث و عبر أساليب الرعايات sponsorship، فنجد تشغيل المنتجع صار عبر نادي رياضي، وشراكة مع قناة تلفزيونية رياضية تلفازية، ورعاية مشروب طاقة، كما انه اصبح محضن جذب لتحسين حياة من يعانون من مرض الشلل الرعاش مع مثل مؤســســة ديفيس فينني، وهو ما جعل المنتجع قادراً على اســتضــافة مناســبات عالمية، فقد اسـتضـاف منتجع Copper Mountain جولة كأس العالم في عام 1976 مع أربعة سـباقات للتزلج من جبال الألب، كما يمثل نقطة انطلاق لمعرض "كوبر كولورادو"، وهي عبارة عن حلبة للدراجات على الطرق كانت موطنًا سـنويًا لكولورادو منذ عام 2005، في فبراير 2009 ، افتتح Woodward Camp منشــأة تدريب داخلي للتزلج على الجليد على مســاحة (1900 متر مربع) ومخصــصــة للتنزه، وأصــبح المنتجع مؤخرًا مكانًا رسـميًا لتدريبات فريق التزلج الأمريكي، وفي ديســمبر 2008 افتتحت شــركة Copper Mountain الدفعة الأولى من Woodward في Copper مع the Cage ، وهو متجر لبيع بالتجزئة يركز على رياضــات الحركة مع ميزات مثل صــحن للتزلج داخلي وصــالة Woodward All Ages. وافتتحت Woodward معسكرها الدولي الأول "Woodward Beijing" في بكين الصـين في صـيف عام 2010. ويعرض FUEL TV Camp Woodward عرضًــا حول معســكرات وودوارد وخبرتهم في معسكر بنسلفانيا، وثمة شراكة مع FUEL TV و Woodward لإنشاء العروض في عام 2007 وبدأ بث الموســم الرابع من البرنامج في 2011، وفي يوليو من عام 2011 صار المنتجع قادراً على استنساخ خبراته فيما تميز فيه، وبدأ في تدشين فروع له خارج ولاية كالورادو، وكان ذلك في كاليفورنيا، وتمكن المنتجع من حشــد شــركاء عديدين، والقائمة في شكل (11) تظهر بعض منها.



شكل (11) - أ: الشركاء



شكل (11) - ب: الرعاة



شكل (12): أنشطة منتجع كoober ماونتن

وعبر أداة التآزر ضمن مسار التكامل نجد صوراً عدة قد تأخذ شكل تطويع الخبرة، أو عبر مسار تمويلي، أو في المجال العلمي والعلماء، ففي النماذج الثلاث التالية، (9،10،11) عرض لذلك.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
10	الأقمار الاصطناعية إطلاق مسبار فضائي	تآزر- تطويع خبرات	synergy

فالتآزر عبر تطويع الخبرات مسار لإيجاد فرص لمنتجات وخدمات جديده عبر التكامل في مثل نظام الاتصالات المعتمد على الاقمار الاصطناعية الذي سعى اليه تحالف إريديوم ونظام هيوز للبث التلفزيوني المباشر بالأقمار الاصطناعية، فهي ببساطة فرص معقده يصعب على شركة واحدة أن تعالجها بمفردها.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
11	كراسي الجامعات	تآزر- مالي	synergy

نموذج الكرسي الجامعي الذي تمنحه الشركات للجامعات، وهو صورة من صور تمويل الأبحاث فيها، وتعزيز لعلاقة علمية وتدريبية يحظى بها الطرفين، هي تعتبر صورة من صور التكامل فيما بين مؤسسات المجتمع على تنوعها والصروح التعليمية، وهو ما يجعل من الصرح التعليمي محضن منسجم وتطلعات المجتمع المحيط به في حل اي عائق يتعرض اليه سواء كان العائق صناعي او مجتمعي او تطويري، وهو ما نفقده في عالمنا العربي بالرغم من انتشار الجامعات فيه.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
12	ناسا	تآزر- العلماء	synergy

التآزر في سبر أسرار الفلك نجده عبر تظافر جهود العلماء على تنوع مشاربهم والذي على ضوئه تم تدشين محطة ناسا لإطلاق الصواريخ وابحاث الفضاء.

تسلسل	النموذج	أداة التكامل	المصطلح الاجنبي
13		ظهير	backer

Ad Council	
تاريخ التأسيس	1941
المقر الرئيسي	الولايات المتحدة الامريكية
المجال	اعلان التوعية لخدمة المجتمع

مجلس الإعلان، "آد كاونسل" هو منظمة أمريكية غير ربحية تنتج وتوزع وتروج لإعلانات الخدمة المجتمعية العامة (PSC) نيابة عن مختلف الرعاة سواء من الشركات او من قبل مؤسسات المجتمع المدني، بما في ذلك المنظمات غير الربحية والمنظمات غير الحكومية والوكالات التابعة لحكومة الولايات المتحدة.

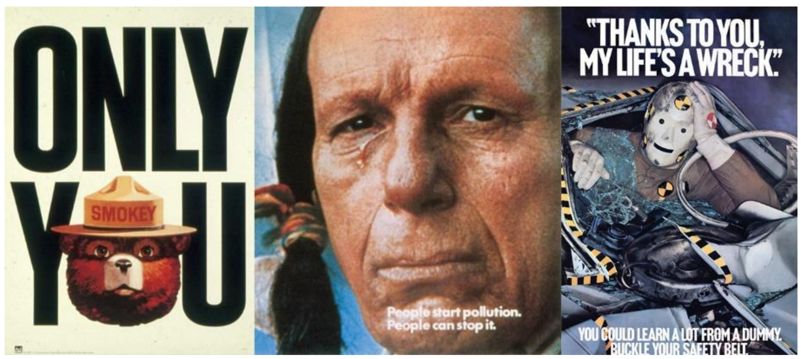
يشترك مجلس الإعلان مع وكالات الإعلان (AD agencies) التي تعمل مجانًا لإنشاء إعلانات الخدمة العامة نيابة عن عملائها. تقبل المنظمة الطلبات المقدمة من المؤسسات الراعية للحملات الإعلانية التي تركز على قضايا اجتماعية معينة، وقبول الطلب يتم حين تكون القضية غير حزبية وأن تكون ذات صلة وطنية.

يوزع "مجلس الإعلان" الإعلانات على شبكة إعلانية وإعلامية تضم 33000 منفذًا لوسائط الإعلام - بما في ذلك البث والمطبوعات والبث الهوائي التلفازي إضافة الى اللوحات الإعلانية ومحطات الحافلات والإنترنت - التي تعرض الإعلانات في وقت ومكان مُتبرع به. حيث تتبرع وسائل الإعلام بحوالي 1.8 مليار دولار لحملات مجلس الإعلان سنويًا، وهو ما يجعل منظمة مجلس الإعلان واحداً من أكبر المعلنين في الولايات المتحدة الامريكية.

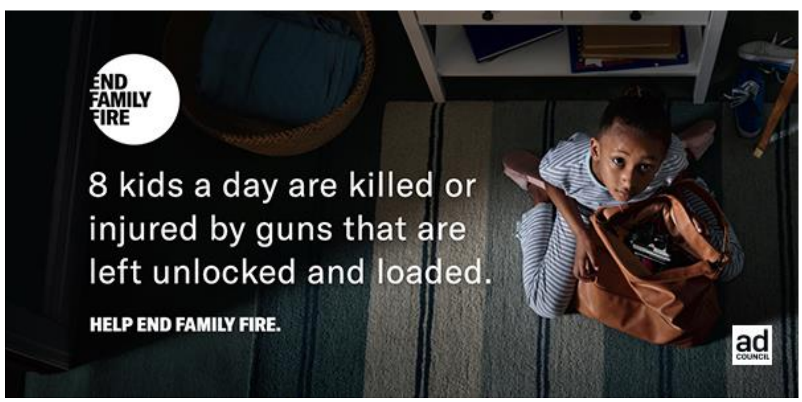
تم إنشاء المنظمة في عام 1941، وتم تأسيسها باسم The Advertising Council، في 26 فبراير 1942، وفي 25 يونيو 1943، تم تغيير اسمها إلى The War Advertising Council، Inc لغرض التعبئة المجتمعية لدعم المجهود الحربي، وشجعت الحملات التوعوية المبكرة التجنيد في الجيش، وشراء سندات الحرب.

وقبل انتهاء الحرب العالمية الثانية، طلب الرئيس فرانكلين دي روزفلت أن يواصل مجلس الإعلان عمله أثناء وقت السلم، وعليه في 5 فبراير 1946، قام مجلس إعلان الحرب رسميًا

بتغيير اسمه مرة أخرى إلى مجلس الإعلان، وحول تركيزه إلى قضايا مثل الأسلحة الذرية، التجارة العالمية والتسامح الديني، ومنذ الرئيس الأمريكي روزفلت، دعم كل رئيس أمريكي بعد ذلك عمل مجلس الإعلان. وفي الخمسينيات من القرن الماضي، ظهرت السيدة الأولى إليانور روزفلت والجنرال دوايت أيزنهاور في إعلانات مجلس الإعلان المناهضة للشيوعية. وفي الثمانينات، تعاونت السيدة الأولى نانسي ريغان مع مجلس الإعلان في حملة "قل لا" لمكافحة المخدرات.



شكل (13): ثلاث حملات إعلانية مجتمعية في مجال حزام الأمان والبيئة



شكل (14): حملة ضد استخدامات السلاح

الامر الذي جعل وبشكل تلقائي تتجه معظم الشركات ومؤسسات المجتمع المدني بل حتى شركات الإنتاج السينمائية لتوقيع شراكات معها في مثل، Warner Bros., Sony Pictures Entertainment, and Disney، فاضحت المنظمة كالعدسة اللامة التي

تصـــب فيها المبالغ ، ما أدى الى تعاظم اثرها باعتماد أســـاليب المســـوح الميدانية والارتقاء بالتشريعات والمساهمة في سن قوانين البلاد، فكانت بمثابة الظهير للبلاد وللشركات.

وكنماذج (للظهير) كأسـلوب للتكامل نجد شـركات التأمين، وبطاقات الائتمان وذلك للدعم الذي تقدمه وقت الازمات لعملائها.

تسلسل	النموذج	المسار	المصطلح الاجنبي
14	FIFA نموذج لتنظيم نشاط ترفيهي ومعزز لقيم الامتزاج الثقافي فيما بين الشعوب	تنظيم أنشطة (مجتمعية- صناعات)	organizing

لقد تم اختيار نموذج (فيفا) كنموذج في مجال التكامل لاعتبارين اثنين، الأول للصـــعوبات التي واجهت أصـــحاب الفكرة ومع اصـــراهم تم تجاوز تلك الصـــعوبات وتحقيق ما كانوا ينشـــدونه، والاعتبار الثاني كون ان النموذج في مجال ترفيهي ومجال الأنشــــطة المجتمعية ولا علاقة له بالبعد التجاري، فالاتحاد الدولي لكرة القدم ويعرف اختصـــارًا باســـم الفيفا ،بالإنجليزية (FIFA)، هي الهيئـة المنظمـة للعب كرة القدم في العـالم، تـأســـســـت في 21مـايو من العام 1904في باريس، ويقع مقرها بمدينة زيورخ في سـويسـرا، ويضـم 211 من اتحادات كرة القدم في العالم، اجتمع في العام 1863 ، 11 مندوبًا من الأندية والجمعيات الإنجليزية في باريس للبحث في كيفية وضـع قوانين خاصــة باللعبة وبهدف إنشـاء أول اتحاد رسـمي لكرة القدم، فقبل ذلك الوقت كانت المئات من المدارس والأندية تمارس كرة القدم بقوانين خاصـــة بها، فقسم منها سمح للاعب باستعمال يديه وكتفيه أثناء اللعب فيما مانع القسم الآخر استعمال اليدين، وعلى رغم من هذه الخلافات اتفق الاتحاد الجديد على تحديد أصـــول اللعبة ووضـــع قوانين موحدة لها، فخلال عقد تم إنشـاء الاتحاد الويلزي وتبعه الاسكتلندي وثم الإيرلندي، وفي عام 1882 أســـســـت الاتحادات الأربعة مجتمعة الاتحاد الدولي لكرة القدم، الذي حاول تنظيم لعبة كرة القدم على نطاق عالمي، ومع نهاية القرن التاسـع عشـر انتشـرت لعبة كرة القدم في مختلف أنحـاء العـالم حيث تم نشـــرهـا من قبل البحـارة والتجـار البريطـانيين، ومن مختلف المسـافرين الأوروبيين، فمن أستراليا إلى البرازيل، ومن المجر إلى روسيا أُنشئت الاتحادات والأندية والمســـابقات، وأدى ذلك النمو الشـــامل إلى تكوين الاتحاد الدولي لكرة القدم (الفيفا) في باريس في 21مايو 1901 حيث انتهى دور الاتحاد السابق من قبل فرنسا وبمشاركة ست

دول أوروبية، وأصبحت كرة القدم لعبة عالمية، والاسم الفرنسي لا يزال يستخدم حتى يومنا هذا حتى خارج نطاق الدول الناطقة باللغة الفرنسية.

وترجع فكرة إقامة كأس العالم لكرة القدم إلى أول اجتماع للاتحاد الدولي لكرة القدم عام 1904في باريس، بعد أن استغرق القرار وقتاً طويلاً للاتفاق عليه، بسبب عدة صعوبات، كانت أبرز هذه الصعوبات هو رفض اللجنة الأولمبية الدولية لفكرة البطولة خوفاً من تأثيرها على الدورات الأولمبية العريقة، وكذلك خوفاً من سيطرة الاتحاد الدولي على اللعبة الأكثر شعبية في العالم .

نهضت الفكرة مرة أخرى عام 1921على يد المحامي الفرنسي جول ريميه، والذي أصبح لاحقا رئيساً للاتحاد الدولي لكرة القدم والذي عمل جاهداً لإطلاق أول بطولة عالمية لكرة القدم، وبعد مرور سبعة أعوام على تعيينه في منصب الرئاسة وافق الاتحاد الدولي لكرة القدم في اجتماع تاريخي عقد في 25مايو 1928 على إقرار بطولة كأس العالم، وتسميتها ببطولة كأس النصر .

تقدمت الأوروغواي بطلب تنظيم البطولة، وتمت الموافقة عليه نظرا لأنها كانت رائدة المنتخبات في ذلك الوقت وبطلة لدورتين أولمبيتين، وقدمت تسهيلات للمنتخبات المشاركة، وتكفل الاتحاد الدولي بدفع مصاريف الفرق وتنقلاتها الصعبة في ذلك الوقت، قبل عامين من انطلاق منافسات أول كأس عالم، اشترطت التعليمات وجوب وجود جائزة ثمينة تقدم للمنتخب الفائز بالبطولة العالمية، مما دفعهم إلى إنشاء كأس النصر، وانطلقت البطولة لأول مرة عام 1930ولا زالت مستمرة كل 4 سنوات حتى اليوم.



شكل (15): مقر اتحاد الفيفا

قوانين اللعبة: أسـرت مباريات كرة القدم بين أعوام 1870و1880 معظم المشـاهدين وازداد إعجابهم بسـحر الكرة المسـتديرة فتم وضـع القوانين الأسـاسـية من قبلهم إضـافة إلى القوانين الجديدة مثل رمي الكرة من خط التماس باليدين وركلة الجزاء، فلمدة طويلة كان بالإمكان مهاجمة حراس المرمى ولكن الآن لم يعد ذلك ممكنا إلا إذا كان الحارس يملك الكرة، وكان بإمكان الحراس التقاط الكرة من أي نقطة من الملعب ولكن تم تغيير هذه القاعدة بعد أن سجلت عدة أهداف من قبل حراس المرمى عام 1910في شباك الخصم.

التنظيم: أُنشـئ الاتحاد الدولي لكرة القدم تحت نظم القوانين السـويسـرية، وتقوم الهيئة العليا في الفيفا بالتواصـل مع كل اتحاد محلي، وتعقد الهيئة العليا في الفيفا اجتماعا كل أربع سـنوات منذ عـام 1998لمنـاقشــــة تغيير بعض قوانين كرة القدم، وتختـار الهيئـة العليـا رئيس الفيفـا، والســكرتارية التابعة له، وأعضـــاء الفيفا، ويهتم رئيس الفيفا بالأعمال المكتبية في الفيفا، بينما يقوم السكرتارية بالاهتمام بقضايا ال 209 أعضاء.

وقام الاتحاد الدولي لكرة القدم بإنشـــاء العديد من الاتحادات، ومنها الاتحادات القارية، ويجب على الاتحادات الوطنية أن تكون عضـــوا في الاتحاد القاري لكرة القدم والاتحاد الدولي لكرة القدم وفقا لتصنيفها الجغرافي.

- الاتحاد الآسيوي لكرة القدم - لقارة آسيا ودولة أستراليا.
- الاتحاد الأفريقي لكرة القدم - لقارة أفريقيا.
- اتحاد أمريكا الشمالية وأمريكا الوسطى والبحر الكاريبي لكرة القدم - لقارة أمريكا الشمالية وأمريكا الوسطى.
- اتحاد أمريكا الجنوبية لكرة القدم - لقارة أمريكا الجنوبية.
- الاتحاد الأوروبي لكرة القدم - لقارة أوروبا.

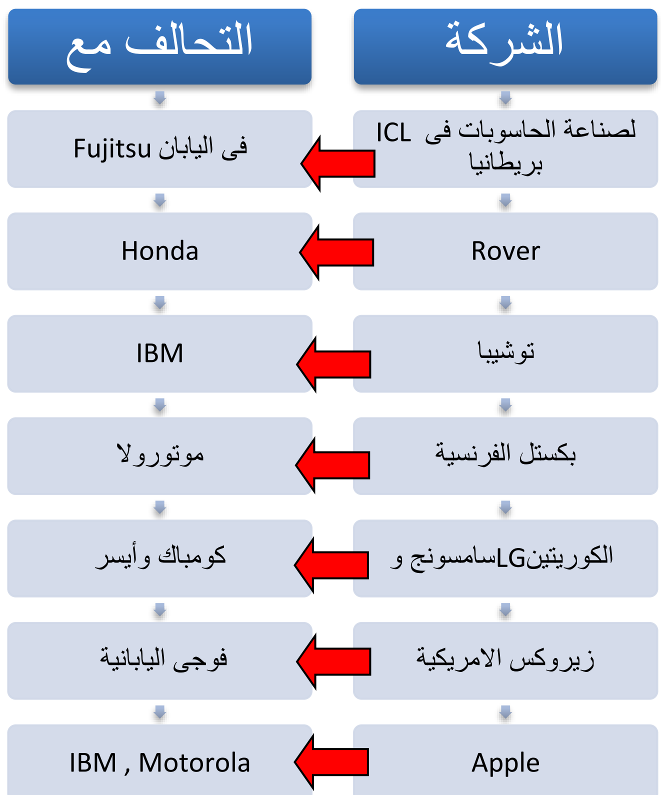
وللدول الواقعة بين آســيا وأوروبا الخيار في اختيار أي اتحاد قاري يريدون الانضـــمام إليه، وهناك عدد من الدول مثل روسـيا وتركيا وأرمينيا وأذربيجان اختارت الانضـمام إلى أوروبا، بالرغم من أن بلادهم تقع في قارة آسيا، وقد انضمت بما يسمى إسرائيل إلى الاتحاد الأوروبي لكرة القدم في عام 1994بالرغم من كونها في قارة آسـيا بعد أن حدثت العديد من المشـــاكل بينها وبين العديد من الدول في الشـرق الأوسـط، وقد انضـمت كازاخستان إلى قارة أوروبا في عام 2002، وتعتبر دولتا سورينام وغيانا أعضاء في اتحاد أمريكا الشمالية وأمريكا الوسطى والبـحـر الـكـاريبي لـكـرة الـقـدم بـالـرغم من كـونـهـم فـي قـارة أمريكـا الـجـنـوبيـة، وانضمت أستراليا إلى الاتحاد الآسيوي لكرة القدم في بداية عام 2006.

الفيفا، قدمت نموذجا في تكامل عمليات التنظيم، وهو ما جعلها متبوئه مكانة ذات صـــدارة عالمية في مجال الترفيه الرياضي.

تسلسل	النموذج	المسار	المصطلح الاجنبي
14	Iridium مجموعة شركات	التحالف	Alliance

تحالفات العلامات التجارية:

نماذج من التحالفات:



شكل (16): التحالفات

وكنموذج في مجال التحالف نجده عبر الخطوط الجوية البريطانية عندما قررت اقتحام السوق الأمريكي من خلال خطوط طيران أميركية هما " يونايتد أيرلاينز" و" أميركان أيرلاينز ".

مبررات التحالف:

1-عندما يحدث التقارب فيما بين الحاسـبات الآلية والاتصـالات يصـبح تلفزيون الكيبل والارسال التلفزيوني بدائل تندمج.

2- مع تطور التكنولوجيا والايقاع السـريع للحياة، أصـبح يفرض على الشـركات الكبرى التوجه نحو التحالفات.

3- تقوم دول مثل الصـين باختيار مسـتثمرين وشـركاء وإعطائهم امتيازات دخول السـوق دون سـواهم، لذا لا يمكن أن تلعب الشـركات اللعبة بدون شـركاء من كلا النوعين المحلى والعالمي.

نموذج تحالف Iridium

هو تحالف واسع بادرت اليه شركة موتورولا الامريكية في بداية التسعينيات كي تطور وتبنى شـبكة اتصـالات عالمية معتمده على الاقمار الصـناعية عبر تطويق الارض بأقمار فضـائية منخفضة المدار عددها ست وستون، فجمعت سبعة عشر شريكا من اجل ان يتكاملون ويحملون الاسـهم عبر هذه الشـراكة في مثل : ريثيون ، ولوكهيد مارتن ، وكورنيتشـيف إنتربرايس الروسية الموردة لصواريخ الاطلاق وشركة سور الصين العظيم، ونيبون إيريديوم وهى شركة فى حد ذاتها مكونه من ثمانية عشر شريكا يابانيا. حجم الاستثمار بلغ 3,4 بليون دولار وأطلق أول قمر عام 1997 وأعلن عن برنامج خدمات الاتصـالات الهاتفية عالميا لاسـلكيا في أواخر 1998، وهذا التحالف دعم موقع موتورولا القيادي في الاتصالات الخلوية.

أغراض التحالف:

1- **التزامل**: يحول التزامل المنافسين المحتملين الى حلفاء.

والتزامل يعنى:

أ- تحييد المنافسين المحتملين (تخفيض عددهم)

ب- خلق اقتصاديات شبكية لمصلحة التحالف (تنمية السوق)

ج- نمو أعضاء التحالف وإيراداتهم

2- **تضافر التخصصات:**

فهو تكوين ينتج عن مزج مهارات ومصادر معرفه كانت منفصلة فيما سبق، ويعنى ذلك ان قيمتها السوقية تزداد عندما تجتمع معا في جهد مشترك، ومع التضافر فان ذلك يقلل من أن تصبح الشركة الواحدة مصدرا وحيدا للمهارات والقدرات اللازمة لاستغلال فرصاً جديده، وهو ما دفع موتورولا للتضافر مع شركات في صناعة الفضاء" إريديوم "

وكذلك عبر تظافر جهود شـــركات صـــناعة السـيارات (فولفو، ورينولت، وبيجو) لتطوير محركات ذات ست أسطوانات في السبعينيات.

2- **التعلم:** ذلك ان الكفاءات الجوهرية ليست معروضة للبيع في سوق مفتوحة.

قيمة التحالفات: يجب ألا يكون الاهتمام منصب فقط في العوائد المالية من جراء أي تحالف،

فثمة عوائد غير ملموسـة كالتدريب والتعلم والفرص المتاحة ...الخ، فالأسـس المنطقية لتشـكيل أي تحالف تكمن في:

أ- بناء تجمع حاسم

ب-الوصول الى أسواق جديده

ت-سد ثغرات المهارات

وكمثال عن قيمة التحالف وجدناه حين أغلقت الحكومة الصــــينية مجال الفرص أمام الجميع، وحصـرت الدخول لشـركة واحده فقط هي مرسـيدس بنز التي فضـلتها على كرايزلر، وصـناعة المصـاعد لشـركة شـندلر، أوتس، ومتسـوبيشـى، ومن دخل متأخرا لم يحض بالفرصـة ذاتها في تحقيق أي رياده.

وفى المنافســة كذلك في الوصـــول الى أســواق الاتصـــالات اللاســلكية حول العالم وهو أكثر شـراسـه، فقد سـعت شـركة تليكوم الالمانية وتلكوم الفرنسـية للوصـول الى أسـواق أميركا من خلال شـركة سبرنت، ذلك أن الشـركات مهما بلغت مهارتها ليست كافية للتقدم السـريع خاصـة في أسـواق غير مألوفة، فها هي تليكوم الفرنسـية تعتمد على شـركة STETالايطالية للحصـول على خبرة مكملة لدخول السوق الأرجنتيني في التسعينيات.

وهو ما لاحظناه ايضاً على سبيل المثال في شراء حصة من شركة الاعلان "يوننغ آند رابيكام" الامريكية من قبل شركة اعلان "دنتسو" اليابانية لدخول الاسواق الاوروبية والأمريكية، وهو ما جعل شركة WPP تنتشر عالميا من خلال ابتلاع شركات في البرازيل واميركا واروبا.

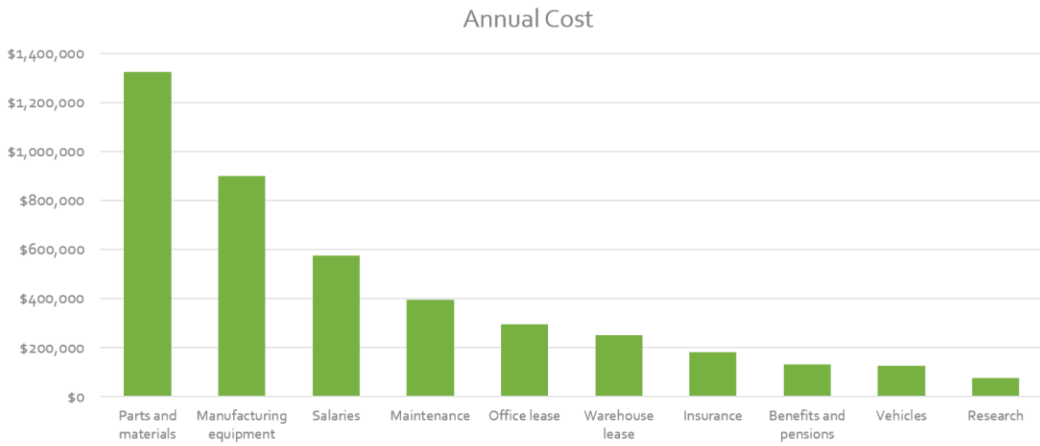
فك التداخل فيما بين عملية التعاون وعملية شراء الخدمة من طرف ثالث:

Outsource	Collaboration
يهدف التوصل الى أقل الأسعار في عمليات الشراء، سواء للمنتج أو للخدمة.	يهدف لتبادل الخبرات والمعارف، وتطويع ونشر الامكانات والمشاركة في المخاطر مع الشركاء.
تهدف لتقليل كلفة البحث والتطوير(R&D)	تفريخ مصادر جديده لما يشكل قيمة مضافة سواء للمنتج أو الخدمة.

في التعاون نجد الفوائد التالية:

تخفيض التكاليف	قدرات أمثل	اغناء معرفي ومعلوماتي
تقل كلفة عمليات التوظيف	سرعة في الاجراء	نفاثيه مثلى للأسواق
تقل كلف المواد المشتراة	خبرات تقنية جديدة	علاقات مع الموردين
تقل كلف الموردين	خبرات في الإنجاز واختزالها	علاقات وطيدة مع المؤسسات
تقل كلف البنا التحتية	محضن معرفي	علاقات حكومية وطيدة

وفي اعتماد أسلوب شراء الخدمة من قبل طرف ثالث تراجع الشركة أولوياتها وفق ما تمليه عليها عمليات التشغيل في مؤسساتها، فقد وجد ان معظم المبلغ التشغيلي في إدارة عمليات الشركات يتم استهلاكه وفق النسب المشار اليها في الشكل (17).

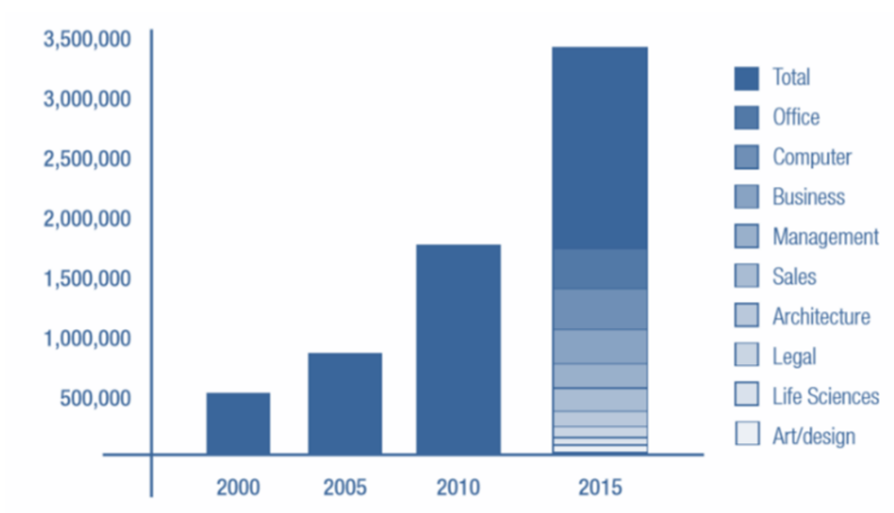


شكل (17): كلف عمليات التشغيل في المؤسسات

فتلك المصارف، هي من تدفع المؤسسات والشركات لاعتماد أسلوب شراء الخدمات والمواد من طرف ثالث، بقدر ما تجد في الأسواق المحيطة من يقدم تلك الخدمات والمواد بأسعار تنافسية وفق الجودة المنشودة.

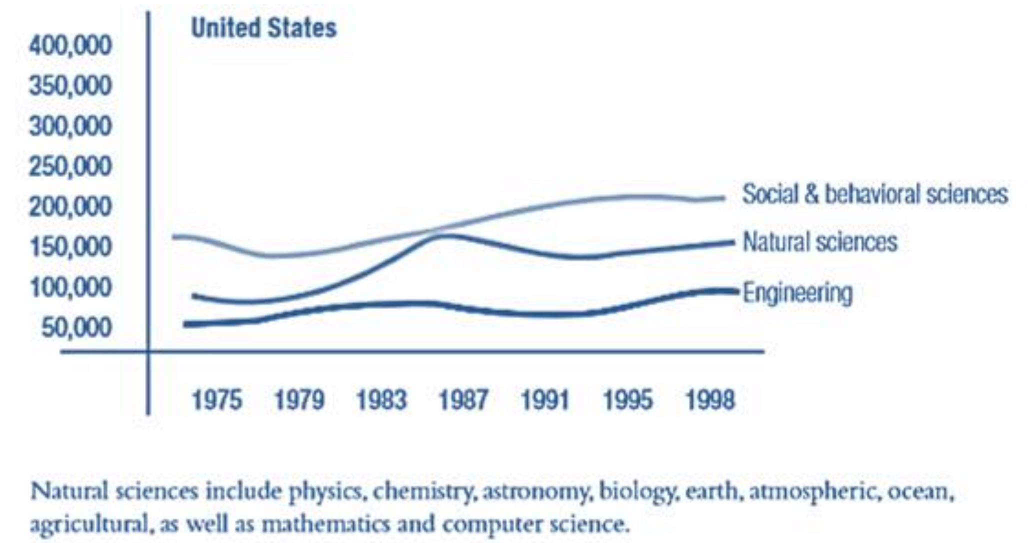
كما ان لعمليات التكامل ظواهر مرافقة في مثل:

1- التحولات للقوى العاملة والخبرات على نطاق دولي، في الشكل (18) يبين ذلك بالنسبة للولايات المتحدة الامريكية في مجالات صناعية عديدة للسنوات من 2000-2015

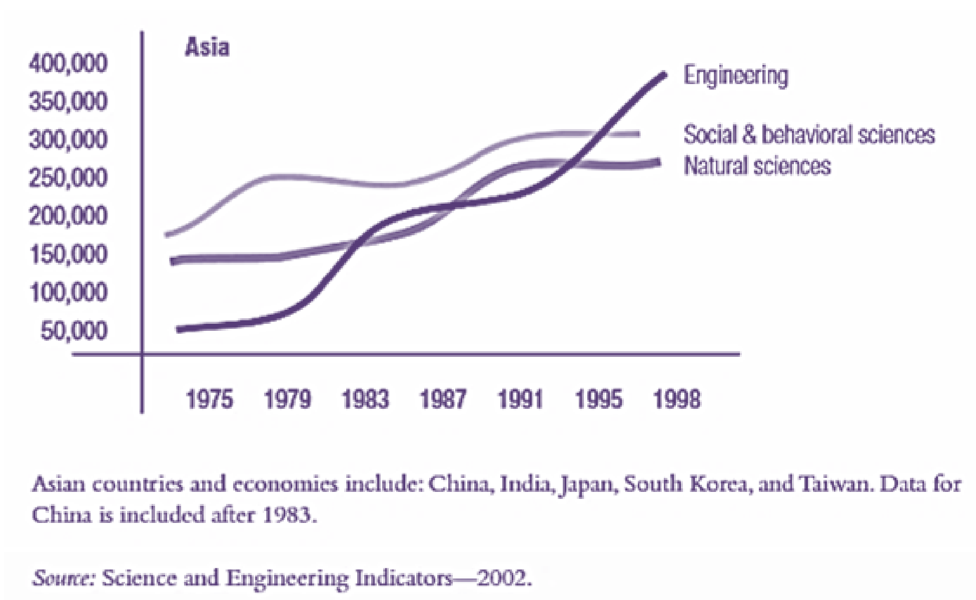


شكل (18): حراك الوظائف المتوقع انتقاله عبر المحيطات

2- ومن الظواهر الجانبية ايضـاً، نلاحظ التغير الذي يطرأ على الأسـواق في مجال الاقبال على تخصـصـات دراسـية جامعية دون أخرى، طالع الشـكل (19) يبين في مجال تخصـص الهندسـة انحسـارا في الاقبال على تخصـص الهندسـة في اميركا مقابل اقبال واضح لدراسة الهندسة في الدول الآسيوية.

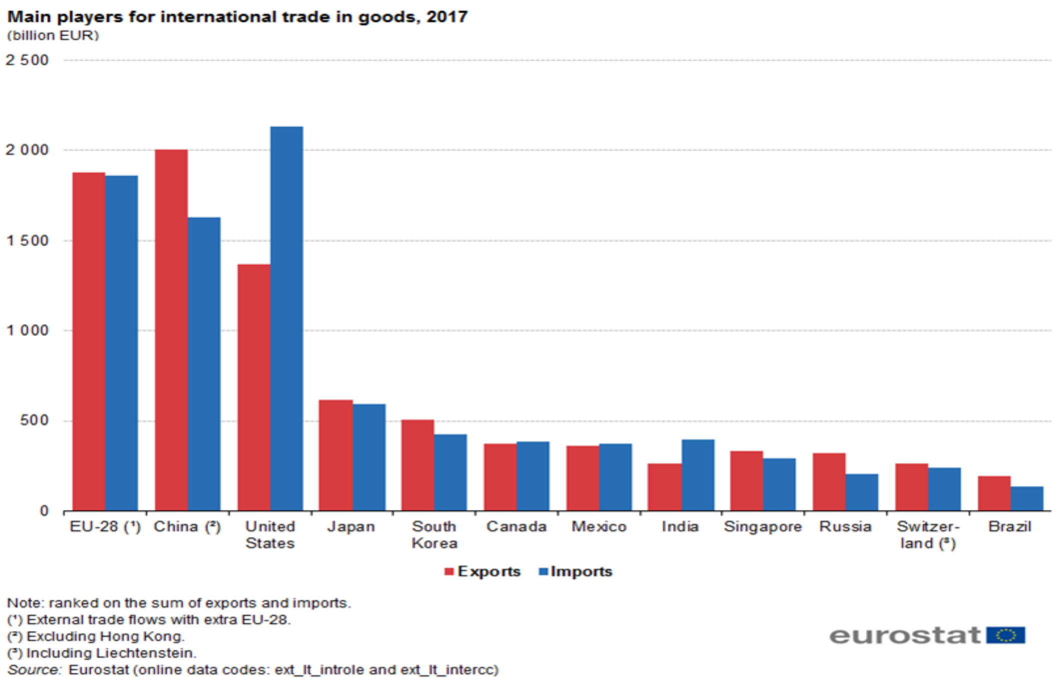


الشكل (19-أ)



شكل (19-ب): الاقبال على تخصصات دراسية جامعية دون أخرى

3- في التجارة العالمية: حيث نسب الصادرات الى الواردات وهو ما سينعكس زمنيا على نطاق عالمي.



شكل (20): اللاعبون الرئيسيون في حركة التجارة العالمية 2017

الاعمدة الأربعة لتفعيل التكامل بنجاح:



شكل (21): أعمدة التكامل الاربع

1- البشر المختارون للعمل people

2- الإجراءات procedures

3- platform (وهو يتكون من اربعة اجراء هي: أ- أدوات لتطوير وتحسين اداء المهام الموزعة ، ب- نماذج موحدة معدة بشكل احترافي لضمان نتائج منسجمة من جميع الفرق على تعددها ،ج- أحكام وقوانين خاصة باستخدام ممتلكات كل شريك ،د- نظام لإدارة المعرفة لاقتناص خبرات الفرق لتوجيهها لأفضل نتيجة أو مسار)

4- البرامج programs

ونقصد بالبرامج باعتماد:

أ- نظام في التقارير نشط وحيوي ومتين.
ب- نظام في التواصل أكثر فاعلية.
ت- تدريب وتعزز للخبرات ومحضن لذلك.
ث-تحديث دائم ومواكب لكل جديد للمنتجات والتوثيق.

استطاع الغرب ان يتكامل عبر مؤسساته، بالرغم من الاختلافات في اللغة والدين والاعراق والتوجهات، بل زاد حين عمد للتكامل مع الآخر دون اخذ اذن منه أو دون تعاقد معه، حين استعملنا "نحن البشر" في عملياته التكاملية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

فمع مواقع التواصل الاجتماعي، نجد تلقيم المحتوى الذي لا يتم بشكل خطي وانما بشكل جمعي فهو يعمل على دحرجة الكره من طرفه ويزيد من توسعة شبكة المعنيين بالتواصل ويزيد من مستوى رغبة من يريد المشاركة ضمن هذا المجتمع، لذلك نتائجه يحققها عبر حجم الاعلان ونوع المتابعين وشكل التأثير على مجريات الاحداث في الساحة، فانت واحد تقوم بدعم تكامل كهذا دون ان تعلم، ويعلق على ذلك البروفيسور (بل اميلي) من جامعة كولومبيا قسم الصحافة ، إذ يقول ان المراسل الصحفي على الدوام اصبح يعتمد على تواصله الشبكي الذي تعدى دائرته الضيقة المحكومة برجال الصحافة الي دائرة اوسع يغديها الجمهور.

الاستعداد المبكر، يجعلك في مصاف الرواد عبر الفرص التكاملية:

ذلك أنه كلما اضـــمحلت الفجوة التكنولوجية كانت الفرصـــة أكبر في التكامل مع معارف دولية ذات مســتوا أرفع، ولكن كيف يمكن ان نتعرف على معيار قدراتنا في مجال التكامل مع الغير، فيما يلي نستعرض نموذجاً لدوله مثل البرازيل:

ذلك ان علمنا ان البرازيل في 2000 أنفقت 1% من إجمالي الناتج المحلي لصـــــالح البحث والتطوير، في حين نجد إنفاق الصين 1,29% وفي روسيا 1,24%

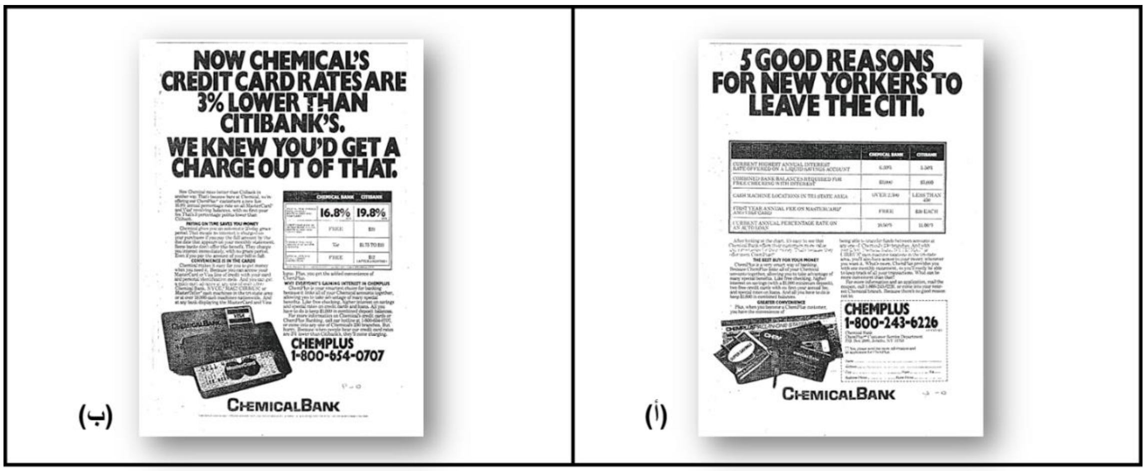
تشـير الشـركات الكبيرة متعددة الجنسـيات في البرازيل إلى جودة وإطار تفاعلها مع الجامعات كسبب رئيسي لاستعدادها لزيادة الاستثمار في البحث والتطوير، ففي عام 2007 اجري مسح ميداني شـملت 48 شـركة متعددة الجنسـيات في البرازيل، من قطاعات السـيارات وتكنولوجيا المعلومات والكيمياء والصـــيدلة والمعادن والطاقة / الكهرباء والإلكترونيات والاتصـــالات السـلكية واللاسـلكية والغذاء والنظافة والسـلع الرأسـمالية وأشـباه الموصـلات والألومنيوم والمعادن، وكانت الغالبية (49 ٪) من الشركات التابعة للشركات متعددة الجنسيات الأمريكية، ومع الفرنســية (10 ٪) واليابانية (6 ٪)، كانت جميع الاســتثمارات (96٪) تقريبًا في البحث والتطوير في البرازيل وفقًا لما ذكره الأشـــخاص الذين تمت مقابلتهم، وكانت 80٪ من هذه الأنشطة مخصصة لتطوير منتجات وعمليات وخدمات جديدة، و 20٪ كانت مخصصة للبحث الخالص، 69٪ منها كانت عبارة عن أبحاث تجريبية تنموية، 18 ٪ للبحوث التطبيقية و 13٪ للبحوث المكرسة لتكييف المنتجات مع السوق البرازيلية، وهو ما جعل البرازيل في تلك الحقبة محضناً للتكامل يلتفت اليه.

نعم نطبق التفاضل ولكن متى وكيف؟

نطبق عمليات التفاضـــل بعد مرحلة التكامل، فعندما نصـــل الى مرحلة التشـــبع في المنتجات والخدمات في الأسواق، ليس من أجل التنافس غير الشريف بالاستحواذ على حصص الغير، وإنما من باب تبيان الاختلاف والميزات التي أتمتع بها أنا عن غيري، ما يعني انني أقدم بوكيه متنوع من المنتجات المتنوعة ضـــمن ذات القطاع، وهو في حد ذاته نوع من أنواع الاغناء والاحسان في العمل، أي (تنافس في الخير)

لذا يكون Positioning هنا له طعم وموقع في إســـتراتيجيات تحركاتنا بما يعزز عمليات التفاضل هذه (طالع كتابنا "الابداع في الرسالة الاعلانية")

ونموذج التفاضل ممقوت حين يكون سبباً في طرد المنافس في مثل (ستي بانك وكميكال بانك) في الشـكلين (22) حيث يبين الكميكال بانك في نيويورك ما يتمتع به من ميزات تنافسـية حيال أسعار خدماته البنكية مقارنة بالسيتي بانك، قاصداً صرف العملاء عن المنافس!



شكل (22): اعلان تفاضلي للكميكال بانك

وصور التفاضل نطالعها عبر النماذج التالية:



شكل (23): نماذج في التفاضل

الباب الثالث

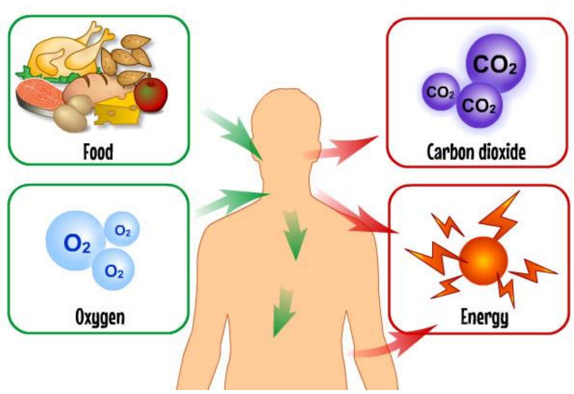
التدريب على التكامل

ثانيا: مرحلة تخطيط قيمة التكامل لبرمجتها في عقول وسلوكيات الأجيال:

ونقصد بالتخطيط، المسار والمنهج الذي سنعتمده لبرمجة القيمة كإيمان وموقف وسلوك في الأجيال الصاعدة، عبر برامج تدريبية ومهارات ومنظومة قيمية، فكيف يمكننا ان نبرمج لقيمة التكامل عبر مناهج التعليم مثلاً، ما يلي نستعرض لأمثلة مما انتقيناه من المناهج، كي يشكل للمدربين والمعلمين مساراً للحذو بحذوه، وهو ما حرصنا على ان يشمل ما أمكن من تنوع سواء في مراحل التعليم وعبر المواد المقررة.

المسار الأول عبر مناهج التعليم

ففي **مجال العلوم** نبين للطلبة التكامل الذي عبره يحصل الانسان على الطاقة، والعمليات التي تتم داخل أجهزة الجسم، سواء من مضغ الى هضم عبر المعدة أو مزج للعصارات عبر أجهزة البنكرياس والمرارة الى عمليات نقل الغذاء عبر الدم لكافة أعضاء الجسد عبر ضخه من القلب مانحا كل خلية الطاقة المزودة بغاز الأكسجين والعناصر الغذائية الأخرى لمنح الجسد الطاقة.



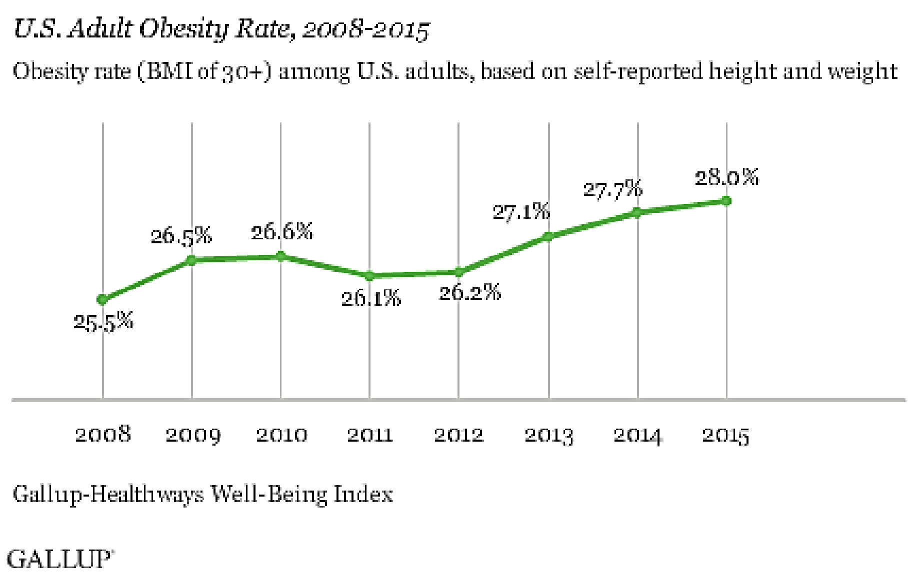
الشكل (24): التكامل في وظائف جسد الانسان لإنتاج الطاقة

وفي **علم الرياضيات** حين تتشكل المعادلة لتمنحنا السرعة او المسافة فيما بين موقعين، وهو ما يعتمد عليه في علوم الميكانيكا والفضـــاء والفلك ايضـــاً، فالمكوك الفضـــائي لا ينطلق الا عبر عمليات حسـابية دقيقة في قوة الاندفاع التي تمنحها له الميكانيكا الحرارية، عبر مسـار فضـائي تحسـبه حواسـيب علماء تكنلوجيا الحواسـيب وعلماء الرياضـيات، والفيزياء، والمواد الغذائية التي يتناولها الرواد التي يجهز لها علماء الغذاء والطب.



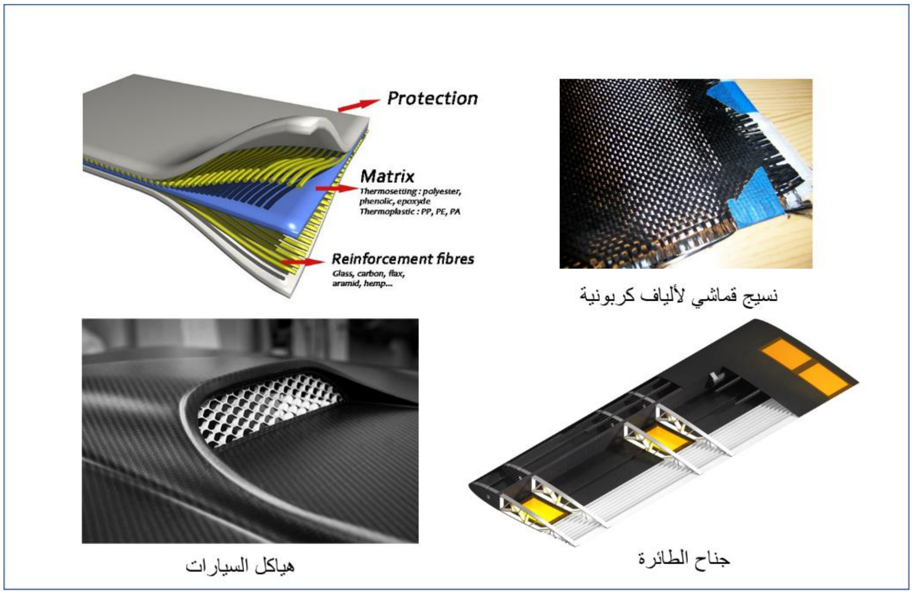
الشكل (25): المسبار الفضائي

وفي **علم الإحصاء** حين تتظافر البيانات لتمنحنا صورة لحقيقة الخلل المجتمعي الذي نحن بصدده، مثال تنامي مرض السمنة.

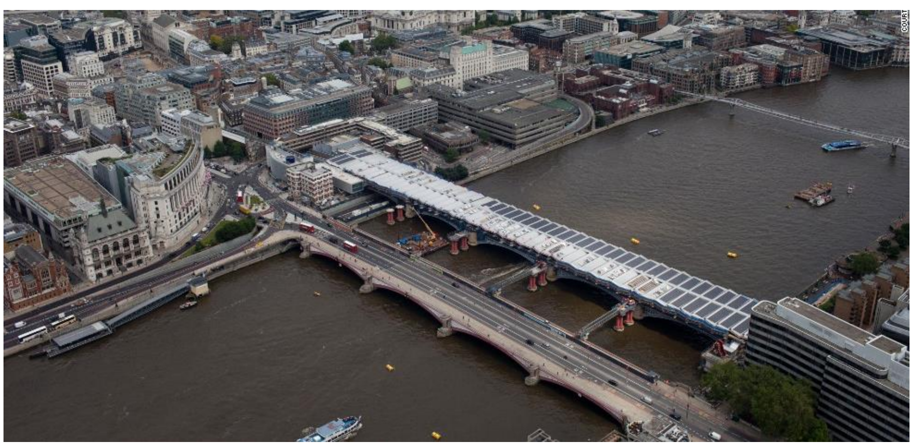


الشكل (26)

التكامل فيما بين **علوم الكيمياء والفيزياء** في اســتحداث مركبات جديدة من مواد "الكمبوزيت" ذات الصـفات المطورة والقادرة على التحمل للضـغوط والحرارة والتمدد، وهو ما يسـتخدم في اجسام الطائرات، والسيارات، ومكوك الفضاء، وصناعه الأسلحة، بل ان كافة عمليات تطوير وتحسين صفات المواد تتم عبر مزاوجة ذرات عناصر المواد لبعضها البعض.



الشكل (27): رسم ايضاحي تبسيطي لعملية مزاوجة المواد



الشكل (28): في المدن الحديثة واعتماد الخلايا الضوئية

وفي **علم الفيزياء** نجد، وحيث ان للمواد حالات ثلاث، هي الصلبة والسائلة والغازية، وهذا التباين ناتج عن مدى التراص او التراخي فيما بين ذرات العنصر الواحد، فلولا التراخي فيما بين ذرات السوائل لما تمكنا من اذابة المواد بعضها ببعض، ولما تمكن السكر من الذوبان في الماء ولا الملح في الطعام فذلك من التكامل.

وكذلك التكامل عبر **علم الاحياء** ما بين اشعه الشمس والكلوروفيل النبات لإنتاج الاكسجين للإنسان والحيوان.



شكل (29)

وفيما بين الطيور حين ترقد الانثى على البيض منتظرة سعي الذكر في جلب الطعام للصغار طوال فترة النهار.



الشكل (30)



شكل (31)

حتى الكتاب، فهو نتاج عمليات تكاملية عديدة يدخل فيها **الكيمياء**، فما الاحبار والألوان الا مزج تم عبر عمليات استخلاص من ألوان النباتات في المختبرات ليضاف عليها بعد ذلك مواد تثبيت وغيرها لتدوم، كما ان الورق بمقاســات محددة لم تكن لتصـــل للمطابع الا بعد عمليات قص للأشــــجار في الغابات ونقلها عبر الأنهار ثم نشــــرها بمقاســـات فمعالجة خلاصــــاتها وعجنها بمواد لتصـــبح ورقا، هذا وناهيك عن مكائن الطباعة الميكانيكية، والمصممين والمزخرفين والمصورين، لحين ان يصل الى يدك ليكون كتابا يقرأ.

ومع مادة **التربية الإسلامية** فالربى صورته ممقوتة لأنه ينبذ التكامل، فهو فائدة على مال بينما الفائدة المالية عن بيع ما تزرعه او تصنعه يختلف لتنوع المزيج وتنوع مصادره وتكامل عملياته.

والمركبة التي توصلك للمدرسة هي نتاج عمليات شارك في انتاجها:

أ- ميكانيكي
ب-كهرباءي
ت-منجد للمقاعد
ث-صانع جلود ودباغة
ج- صانع زجاج
ح- موصل الكتروني
خ- صانع إطارات المطاط



الشكل (32)

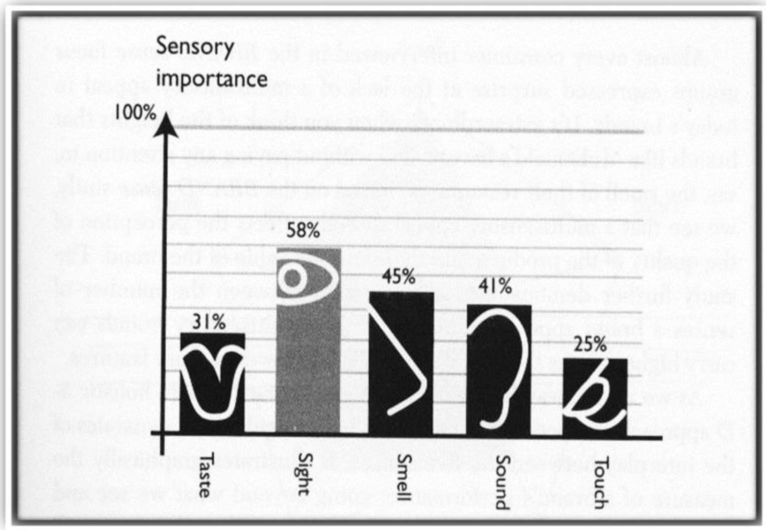
وفي **الرياضة** فتحقيق الأهداف في مرمى الكرة، فاستراتيجيات مباغتة الفريق المنافس، وهي تتم عبر التكامل فيما بين قدرات أعضاء الفريق.



الشكل (33)

اذاً كل ما حولنا هو نتاج التكامل وليس التفاضل، التفاضل هو ان تبقى العناصر على حالها دونما امتزاج او تظافر او تآزر، وان تفاضلت بعد ان كانت متكاملة فستبقى دون تطوير أو مواكبة مستجدات الأسواق بل لن تتمكن من ريادة الأسواق، فالتكامل عملية تعاون وتآزر وتحاف وتخلق مستمرة.

وفي برمجة قيمة التكامل عبر تفعيل الحواس الخمس، حيث ان المعلومة التي ترد الى الدماغ يتم برمجتها وفق نسب مؤويه تشترك في غرسها بالدماغ الحواس الخمس وفق النسب المشار اليها في الشكل التالي:



الشكل (34): درجة أهمية الحواس في برمجة المعلومة في الدماغ

وعليه يمكننا ان نبرمج للتكامل عبر الحواس وفق الاستعراض التالي الذي نجريه للطلبة.

المسار الثاني في برمجة التكامل عبر (جمال التكامل) مع **حاسة الابصار** في مقابل التفاضل حيث يتم استعراض صورة لسلطة فواكه امام فقط غلة من عنصر واحد





شكل (35): المزيج التكاملي مقابل العنصر متفرداً

أو في استعراض صورة لطبق من سلطة فواكه أمام عنصر واحد للفكهة



شكل (36): المزيج التكاملي مقابل العنصر متفرداً

فصـــورة لمزيج من بســـكويت الآيس كريم المزين بطبقة من مســـتحلب الكاكاو ومنثور المكسرات، حيث يبدو التكامل فيما بين أربعة عناصر وهو ابلغ في استثارة الطعم حال كان من مجرد عنصر واحد.

ومع **حاسة التذوق** كيف تشكل طعم مذاق التكامل في صورة الآيس كريم متعدد المذاقات هذا؟ فقد تكون الإجابة عبر جلب الكاكاو من مزارع في افريقيا، والحليب من المزارع في هولندا، والبسكويت عبر مزارع القمح في السعودية، والسكر من مزارع في بانغلادش.

ومع حاسة السمع: حين تتعدد الأصوات في الحديقة امام جدول من الماء متكاملة لتمنحنا جواً عاما يبعث بالبهجة.



شكل (37): المزيج التكاملي عبر تعددية الأصوات

مع حاسة الشم: عبر مزيج من رائحة البخور مع مسحة من طيب العود



شكل (38): المزيج التكاملي في الروائح

ومع حاسة اللمس: عبر إدراك تضاريس النحت على القلم مقابل قلم أملس



شكل (39): المزيج التكاملي في الإحساس بالملامس

المسار الثالث عبر استثارة الحواس:

وتتعدد التمارين في ذلك، حيال استثارة حواس الطلبة من أجل برمجة (التكامل) كقيمة، حيث يمكننا ان نستعرض مجموعة من الصور ونطلب مع كل صورة تعليقات من الطلبة حيال ما يسمعون أو لمكونات ما يرون، في مثل:
ما هو صوت التكامل عبر صورة داخل مطبخ التحضير في أحد الفنادق؟



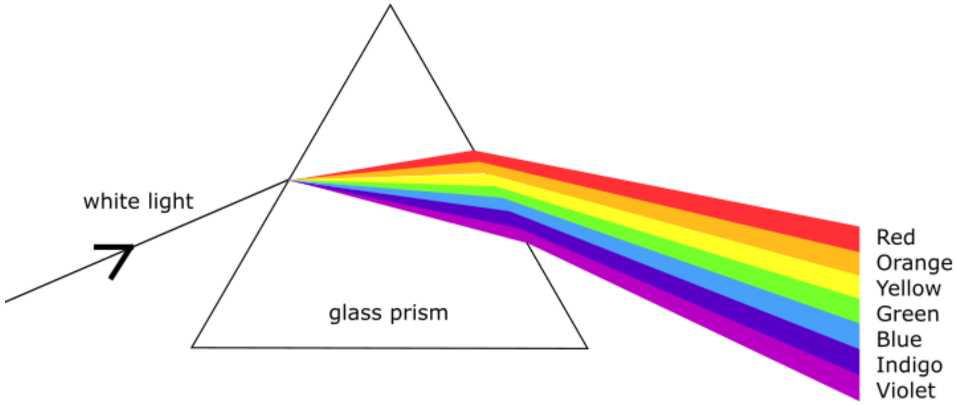
شكل (40): صوت التكامل في المطبخ

وما صوت التكامل عبر صورة طائرة؟



شكل (41): صوت التكامل في الطائرة

ما هو لون التكامل؟
قد تكون الإجابة أن لون التكامل دائما ابيض لأنه مزيج عن جميع الالوان وهو ما يعزز للتكامل.



شكل (42): مزيج من تكامل الألوان يمنحنا اللون الابيض

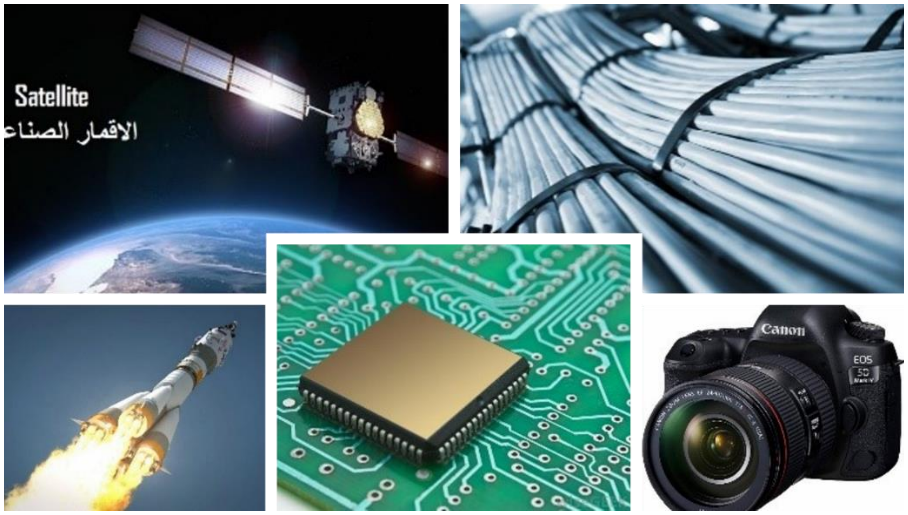
المسار الرابع عبر استعراض صور:



شكل (43): كيف تم التقاط هذه الصورة؟

فعبر حوار فيما بين الطلبة والمعلم نناقش (كيف تم التقاط هذه الصورة؟)، حيث يصل الطلبة الى مسار التعاون والتكامل من اجل التوصل اليها عبر:

الكامرة، والقمر الصناعي، والانترنت، والهوائيات اللاسلكية، والكيبلات ورقائق الحواسيب



شكل (44): عناصر التقاط الصورة السابقة

ولليافعين والشباب نعمد لمسار رابع:

برمجة التكامل ينقسم لمسار من ثلاث شعب:
أ- المسار الذهني: طالع الباب الأول، ص 10 من كتاب التجسير صناعة للتعايش للمؤلف.
ب- المسار الاحترافي :اتقان العمل يؤدي بالضرورة للتطوير وهو ما يجعلك مضطراً للتكامل مع الآخرين.
ج- مسار الموارد :مع شحة الموارد نضطر في البحث عن بدائل، ومع تلك البدائل يتشكل مزيج التكامل.

دور الجامعات في برمجة التكامل في سلوكيات الطلبة

قد يتساءل البعض، ترى ما الفرق، هم لديهم جامعات ونحن لدينا جامعات أيضا؟ ذلك إن علمنا أن جامعاتنا في عالمنا العربي، في الغالب، غير قابلة للتشغيل، وأقصد هنا غير قادرة على تشغيل العلوم وجعلها قابلة لإنتاج وتفريخ منتجات، أو التفريخ لنظم جديده أو جعلها قادرة على دعم الصناعة في البلد التي هي فيه، أذكر أنني كنت في مرحلة من مراحل حياتي مستشارا لمركز أبحاث في دولة عربية، وهذا المركز يحوي ليس أقل من 600 عالم ، جميعهم يجتهدون في ابتكار كل ما هو جديد ويسجلون براءات اختراع عالمية، أما الغريب فهو في أنني وجدت غيرة غير حميدة بل نفره غير مسبوقة بين دكاترة الجامعات المحيطة في هذا البلد وبين علماء المركز البحثي هذا، ما أكد لي عدم استيعاب دكاترة الجامعات لمفهوم تشغيل العلوم وممارسة

التكامل، وهو ما لمسته عن كثب عام 1988 حين طلبت من صاحبي الدبلوماسي عبر سفارتنا في بلد عربي آخر لزيارة المكتبة البحثية في احدى الجامعات، فصـــــدمت بعد قبول الجامعة لزيارتي، أن مُنعت من دخول قسم ما اشتملت عليه أبحاث الماجستير والدكتوراه بورقة وقلم، خشـــية ان انقل ما اشـــتملت عليه من نتائج!، في حين كافة رســـائل الدكتوراه ونتائج البحوث العلمية هي متاحة في الولايات المتحدة الامريكية لمن يريد ان يغرف من العلوم للعامة، لذا في الولايات المتحدة الامريكية ووفق مســـح ميداني وجد أن من يؤمن بأن التعليم العالي يعتبر عنصر أساسي في تحقيق الريادة والنجاح قد ارتفعت من 31% عام 2000 ليصل الي 55% في 2009، كما أكدت النتائج من أن الصــروح الجامعية قد حققت لاقتصــاد بريطانيا نحو 60 بليون باوند في عام 2007 -2008 .

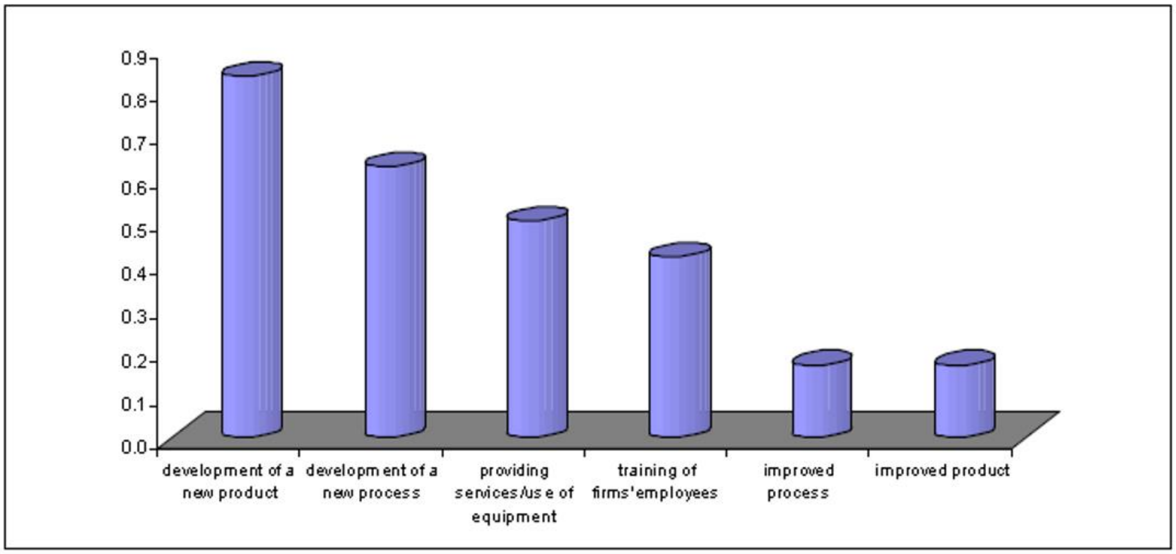
بعض الجامعات الامريكية كجامعة هارفرد تحث الطلبة من اليوم الاول على تفعيل وممارســـة التكامل، فثمة ثلاثة احكام يجب ان يلتزم بها طلبة جامعة هارفارد الامريكية في ممارســـة التكامل في المجال البحثي العلمي:

أ- الاستشارة consult: اعتماد أسلوب طلب المشورة من بعضهم البعض.
ب-التعاون cooperate : التعاون فيما بين الطلبة.
ت-المشاركة collaborate : مشاركة ما لديهم من نتائج مع الغير.

فكل طالب يمنح أدوات عبر موقع الجامعة، ضـــمن تلك الادوات ما يســـمى ب "شـــير بوينت" SharePoint ويقصـــد بها أن يتكامل الطالب مع زميل له في تقديم مشـــروع ما، كما من جه يعزز اللحمة فيما بين عائلة هارفارد الذي اضـحى الطالب المسـتجد فيها جزء منها، كما يعزز لقيمة التعارف، ويختزل الزمن كنتيجة طبيعية لتراكم وتبادل الخبرات، وتعلق جامعة هارفارد مبينة مبرر لهذه الاداة حيث تذكر(أن تفعيل تبادل المعلومات والتكامل في الجهود البحثية تبين أنه أســـرع في منح نتائج ابداعية إذا قورن بأداة البحث والتطوير لفريق R&D حيث أن نتائج الفريق التطويري قد تكون مسبوقة عبر فرق اخرى، لذا لوحظ ان الابداع والاختراع والجديدين من الممكن ان يتم التوصل اليهما عبر التواصل الشبكي هذا مع أصحاب التخصص، وهو ما يعني ان يطور فريق المتخصصـــــــين هذه المهارة الجديدة، وبالأخص القدرة على التعاون والتكامل من أجل الوصـول الى مبتكرات رفيعة المسـتوى ومنافسـة)، فما عاد الامر مقتصـرا على اختراع منتجـات جديـده، أو في تعزيز ادارة البحـث والتطوير، ولكن بـالمقـابـل فـان الابتكارات بدأت تدخل الاســواق عبر شــبكات تواصــل يديرها متخصــصــون كل في مجاله، فضمن هذا النموذج الجديد الشركاء يختزلون مراحل عملية الاختراع ويقللون التكلفة ويحضون بمهارات احترافية وهذا ما يجعل الفرق كبيرا في نتائجه.

كما ان الثلاث اغلب أســاليب معتمدة في الجامعات الغربية في أســاليب المشــاركة والتكامل مع المصانع نجدها عبر:

أ- تطوير منتجات جديدة
ب-تطوير أنظمة مستحدثة
ت-تقديم خدمات واستخدام مواد



شكل (45): أساليب تكامل الجامعات مع المؤسسات والمصانع المحيطة

ومن هنا فمن الممكن أن نعزز تفعيل التكامل كي يمارســـه الطلبة عبر ما يمنحون من واجبات وابحاث عبر أساليب عدة في مثل:

أ- كيف يمكن تفعيل التكامل فيما بين مجالات ثلاث هي (مصــنع نســيج، خدمة تاكســي الاجرة، ومؤسسة تعليمية)؟ وذلك بقصد حث الطلبة على الخروج بأساليب مستحدثة في التطوير والتكامل مع الغير بأساليب إبداعية لا تقليدية.

ب-او لو كنت بصــدد مشــروع جعل مدينتك الاولى على باقي مدن دولتك في مجال التعليم دون ان يكون لك الميزانية الكافية لإنجاز ذلك، فما مسار التكامل الذي ستعتمده لتحقيق ذلـــك؟

ج- لو اردت ان تحقق مؤســســتك ريادة على باقي المؤســســات في مجتمعك فما نوع

الريادة، بما يجعلها غير تقليدية، وقادرة على جذب رؤوس الاموال والعملاء، حدد نوع ومجال مؤسستك، وحدد ادوات مسار التكامل.



الباب الرابع
تشـــــــــغيل التكامل

ماذا نقصد بالتشغيل؟

التشـغيل يعني الانتقال من الجانب المعرفي نحو الجانب العملي الصـناعي والتطبيقي لما تم ادراكه، ومن أجل احداث ذلك لا بد أن ندرك من أن عملية التشــغيل ســتحتاج لعنصــرين رئيســيين، الأول اعتماد مجموعة من الفرق التي ســتكلف بمهام للإنجاز، والثاني الزمن، فمن أجل حصد ثمار التشـغيل نحن نحتاج لان نمارس الصـبر ذلك ان الاسـتمرار زمنياً هو صـمام أمان تحقيق الأهداف المرجوة، فنحن كما نعلم كما الجسـور تحتاج لتعهد مسـتدام من الصــيانة، فكذلك عمليات التكامل وبالأخص في (العلاقة مع الغير) فهي بحاجة مســتمرة للتعهد والصيانة، وهو ما يتم عبر الفرق التي ستكلف بالتشغيل والصيانة، أما الاطار العام للتشغيل فهو سينطلق من:

1. تحديد مســار قيمة التكامل (والتحديد يتم عبر جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حيال "الظـاهرة" المراد معـالجتهـا) كي يكون مســـار القيمـة مجـديـا حـال التفعيـل، ذلـك ان "التكامل" يتنوع مسارها بتنوع الخلل، او الموضوع محل البحث، الذي ننشده أو نعاني منه في كل بلد عن البلد الآخر.
2. اشتمال عملية التشغيل على "حملة إعلانية وإعلامية توعوية"
3. اشــتمال عملية التشــغيل على برنامج تدريبي يتم توجيهه للمعلمين في كافة مراحل التعليم، كي يدرجوه ويعلموه الطلبة عبر مناهج التعليم.
4. تحفيز الفعـاليـات المجتمعيـة، التي تتم عبر نـدوات ومســابقـات ومهرجـانـات وبرامج جماهيرية تفاعيله.
5. ان يدرك كل مدير دوره (بالتنســيق) مع المدراء الآخرين في توقيت ما ســيقوم بتفعيله ســواء عبر برنامج تدريبي أو حمله توعوية او فعالية مجتمعية أو دروس وخطب في المساجد أو نوادي الرياضة.

نموذج عن مسار "التكامل"



فعبر مسح ميداني نستبين ما يعزز لعناصر اللحمة فيما بين مؤسسات المجتمع، حيث يتم اعتماد المسار كما هو مبين كنموذج، وعليه يتم عمل برنامج متكامل طوال العام، وعلى مدى الأعوام التالية، عن كل عنوان تابع للتكامل، "فحيال شراء خدمات الطرف الثالث" يتم تصميم برنامج تدريبي، يتضمن حملة إعلانية وإعلامية توعوية، مثلاً حيال أهمية تنشيط دعم المنتج الوطني عوضا عن المنتجات المستوردة ما امكن، وفي شراء الخدمات من طرف ثالث فيه تقليص لنفقات المؤسسة، وتنشيط لحركة السوق والاقتصاد الوطني وتحسين للخدمات، ويدعم ذلك ببرنامج تدريبي يرشد اليه المعلمين وخطباء المساجد والمرشدين والموجهين في المجتمع، إضافة الى اعتماد فعاليات مجتمعية من مسابقات وندوات ومهرجانات وانشطة رياضية وغيرها، ويتم رصد نتائج كل موسم عبر دراسة ميدانية نتعرف من خلالها على التغير الذي طرئ على:

أ- المعلومة (الادراك) لدى الجمهور حيال قيمة التعاون.
ب-الموقف، هل ما زال متشبثاً بموقفه السلبي السابق ان كان سلبي! أم ثمة تغير إيجابي؟
ت-السلوك حال أحرز تقدم.

كي يتم اعتبار النتائج الميدانية في تحسين أداء البرامج والحملة التوعوية التالية في التصميم وفي اعتماد كلمات وصور محددة والابتعاد عن أخرى.

وكذلك الامر يتم مع "التآزر " فيتم تصميم برنامج متكامل، يتضمن حملة إعلانية وإعلامية توعوية، وبرنامج تدريبي يرشد اليه المعلمون وخطباء المساجد والمرشدين والموجهين في المجتمع، إضــافة الى اعتماد فعاليات مجتمعية من مســابقات وندوات ومهرجانات وانشـطة رياضـية وغيرها، ويتم رصـد نتائج كل موسم عبر دراسـة ميدانية نتعرف من خلالها على التغير الذي طرئ على:

أ- المعلومة (الادراك) لدى الجمهور حيال قيمة التآزر.
ب-الموقف، هل ما زال متشبثاً بموقفه السلبي السابق ان كان سلبي!
ت-السلوك حال أحرز تقدم.

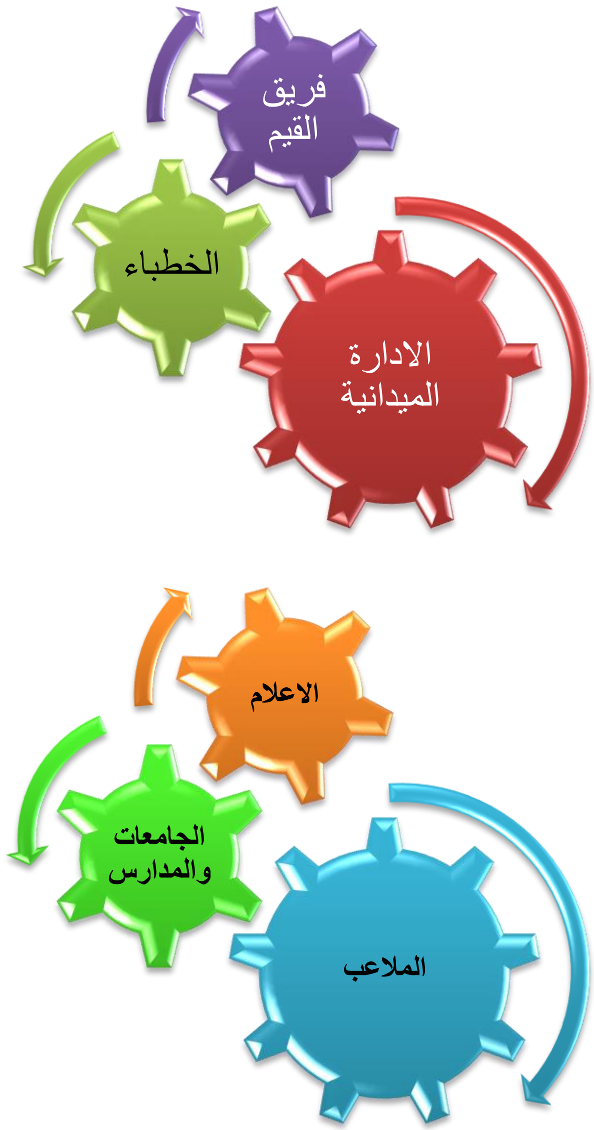
كي يتم اعتبار النتائج الميدانية في تحسين أداء البرامج والحملة التوعوية التالية في التصميم وفي اعتماد كلمات وصور محددة والابتعاد عن أخرى.

وهكذا مع باقي عناصر مسار قيمة التكامل التي أشرنا اليها.

الفرق المعنية بتشغيل عمليات التكامل:

كما ان محرك مركبة القيادة لا يعمل الا وفق مجموعة من التروس، فان تعطل ترس تعطلت باقي التروس عن الحركة، فكذلك في عملية التشغيل فان كل فريق هو بمثابة ترس فان تعطل لم نتمكن من تحقيق الهدف المنشود، فنحن سنحتاج لستة فرق، أي ستة تروس لتشغيل عمليات التجسير، وهذه الفرق هي:

1- فريق تحديد مسار قيمة التكامل ومركز المعلومات والتدريب.
2- فريق الإدارة الميدانية للأنشطة.
3- فريق الخطباء.
4- المعلمين.
5- فريق الأنشطة الشبابية والملاعب.
6- فريق الحملات الإعلامية التوعوية.



الشكل (46) مجموعة تروس الفرق العاملة في التشغيل

فريق تحديد مسار قيمة التكامل ومركز المعلومات والتدريب هو من سيقوم بالتالي:

1- المسوح الميدانية.
2- تدريب المعلمين والمعلمات لما تم ادراجه في "منهج التدريب" في هيئة محاضرات.
3- تحديد عناصر مسار قيمة التكامل وفق المسار المبين السابق.
4- تأمين مركز معلومات للقيمة.

فريق الإدارة الميدانية تنحصر مهامه في:

1- إدارة كافة الفعاليات والبرامج والمسابقات والأنشطة الميدانية بشكل تفاعلي مع الجمهور.
2- تأمين كافة التصاريح الرسمية المطلوبة لإقامة أي فعالية.
3- تأمين الوسائل ذات العلاقة بالفعالية في مثل المطبوعات، المخزون المتاح من كل مطبوع، التنسيق مع باقي الفرق لإشراكهم متى ما لزم، ابرام مذكرات التفاهم مع الجهات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني لما يحقق مصالح مشتركة تعود على الأطراف المشاركة.

فريق الخطباء:

1- بالتنسيق مع الجهات الرسمية، يتم رفع نتائج المسح الميداني، لاعتماد سلسلة من الخطب والدروس الوعظية والأنشطة ذات العلاقة بما يعزز للقيمة على مدار العام ليلتزم بها جميع الخطباء، وموضوعاتها وفق ما تم اعتماده لمسار التكامل السابق.
2- تجدر الإشارة الى أهمية اشراك افراد يمثلون الطوائف الأخرى والمذاهب والاعراق كي ينسجم الخطاب عبر مؤسسات كل طائفة ما أمكن، فنحن بصدد هدف ينشده الجميع للوطن.

فريق المعلمين:

نشر المعرفة الخاصة بنهج التكامل عبر مناهج التعليم، والتدرب على فنون برمجة أسس التكامل ومهاراتها بالاطلاع على مكتبة الكتب الالكترونية في تفعيل القيم وممارستها عبر الرابط التالي: صفحة الكتب كاملة

فريق الأنشطة الشبابية والملاعب:

1- إدارة الأنشطة الشبابية بتعزيز التواصل مع اليافعين والشباب للأعمار من 13 الى 25 عام، عبر برامج رياضية، ومسابقات تحدي في القدرات، وفق محور معزز لقيم التكامل والتسامح بما يفضي للتعايش وبما يعزز للبناء.

2- اشـــراك المســـؤولين في توزيع هدايا الفائزين، من أجل تعزيز التواصـــل معهم، والشركات في رعاية المناسبات والدوري الرياضي للألعاب محل الشغف.

فريق الحملات الإعلامية التوعوية:

1- الاستفادة من نتائج المسوح الميدانية لصياغة ثلاث حملات توعوية على الأقل في العام الواحد، مدى الحملة الواحدة 75 يوم.
2- الاســـتفادة من القدرات الاحترافية للمتطوعين من المصـــممين في مجالات الجرافيكس والرسـم، والتصـوير، وتخطيط نشـر تصـاميم الحملات عبر وسـائل الإعلان التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي للإعلام الحديث، وابرام الاتفاقيات مع وسائل النشر لتأمين مساحات وازمان مجانية للنشر والبث.
3- تأمين علاقات وطيدة مع شـــركات ووكالات الإعلان المحلية، وذات التمثيل الدولي في البلاد، بما يعزز لمصـلحة مشـتركة تحققها وكالة الإعلان لعملائها عبر أنشـطة الفرق على تنوعها بما يعزز لمصلحة للطرفين.

نموذج لحملة إعلانية توعوية افتراضية لتعزيز "التكامل"

ما يلي حملة إعلانية توعوية افتراضـية لتعزيز "التكامل"، نسـتعرض فيها لمجموعة من أربعة تصاميم يكون نشرها كإعلانات في الطرق ووسائل التواصل الاجتماعي.

فبالانطلاق من مسار قيمة التكامل يتم التصميم للحملات التوعوية تباعاً.



اسم الحملة: يدي..حين تتكامل

الشريحة المستهدفة: العموم وبالأخص الشريحة في العمر:14-35 عام

رمزية (اليد)

مدى الحملة: مستمرة

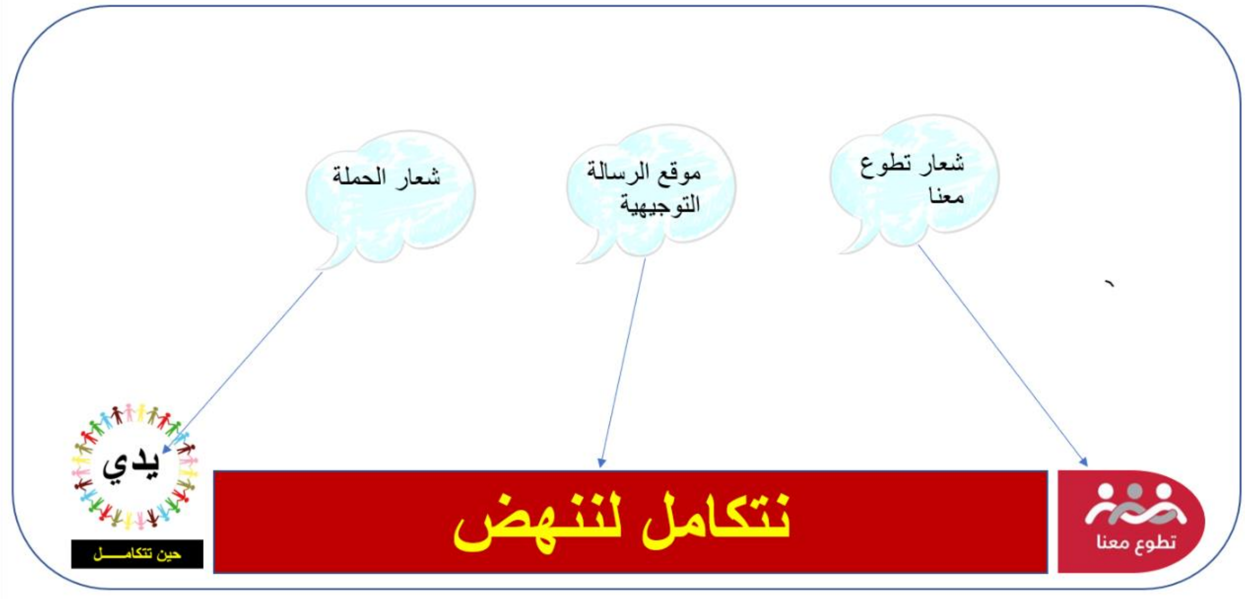
الوسائل الاعلانية: سوشيال ميديا، رعاة من صحف ومحطات تلفازية بغض النظر عن توجه الوسيلة.

أسلوب التصميم: teaser

البداية: تعريف بالتكامل واهميته

ما يلي الحملة التعريفية "الأولى" المعززة لقيمة (التكامل) وشعارها.

وفيما يلي الإطار العام في التصميم في صورته الموحدة



شكل (47): الإطار التصميمي الاقتراض للحملة



شكل (48)



شكل (49)



شكل (50)

الأنشطة المصاحبة نطاقها سيكون في:

1. المدارس والجامعات

2. الأسواق

3. ملاعب الرياضة

4. المهرجانات

5. المسابقات

ولا بأس أن يكون مع بعض الأنشطة الميدانية شخصية سواء كان (نجم، او كاراكتار) من رحم الحملة.

نماذج الأنشطة المصاحبة:

1. الجامعات

أ- يشـــكل فريقين أو أكثر على ان يتضـــمن كل فريق مجموعة غير متجانســـة من التخصصات في مثل (الهندسة، الزراعة، التربية، التجارة،)

ب-يطلب من جميع الفرق تدشـين مشـروع من اختيارهم يكون له مردوه على المجتمع في مجال التنمية ويكون قابل للتنفيذ بميزانية افتراضية لا تكبر عن 10 الاف دولار فقط.

2- المدارس

أ- مشـروع تشـجير لما حول سـور المدرسـة أو للحي المجاور لها، عبر مسـابقة يقسـم فيه الطلبة لمجاميع، ويطلب من الطلبة تأمين الشـــتلات، ومســـارات للري، ويقســـم الاحياء المحيطة بالمدرسـة على المجاميع، وتمنح الجائزة بعد مضـي شـهر على المشـروع لمعاينة النتائج.

ب- تجدر الإشـارة هنا الى ان هذا المشـروع لطلبة الثانوية، ويطلب منهم اعتماد مزيج من المسـارات في جمع التمويل لتدشـين المشـروع، بحيث يتكون مزيج التمويل من التبرعات المالية والعينية والشركات الراعية.

ج- يرفق مع انجاز المشـروع الموازنة الخاصـة به، وتجمع الأموال النقدية بإشـراف مدير المدرسة.

3. الأسواق:

أ- عبر تدشين سوق تعاوني في حي من الاحياء العامة في كل يوم جمعة وتحول نسبة من مبيعاته لحفر آبار للماء في مناطق نائية.

ب-تدشين ثلاث ساحات للعب الأطفال في ثلاث منتزهات، عبر تكامل فيما بين (شركة العاب، شركة تمديدات كهربائية، شركة نجارة، وشركة مرطبات وعصائر)

<u>وفي تعزيز التكامل باعتماد أداة شراء الخدمة من طرف ثالث، من الممكن اعتماد استراتيجية إعلامية توعوية وفق مرحلتين:</u>

1- مرحلة دعم المنتج الوطني، عوضاً عن شراء المنتجات المستوردة (ما يلي من تصاميم تم تدشينها في دولة الكويت) كنموذج عملي تشغيلي.
2- تشجيع الشراء من المنتج الوطني.

استراتيجية تنفيذ الحملة التوعوية وتصميم خطابها:

1- اعتماد المسح الميداني من أجل معرفة الميزات التي يطلع اليها العميل لشراء أي سلعة.

2- مطابقة تلك الميزات للمنتجات والخدمات المتوفرة محليا.

3- الانطلاق بالحملة بتعزيز المنتج الوطني المستوفي لتلك الميزات.

حيث نتائج المسح الميداني اشارت الى ان المستهلك يعتمد الشراء حال توفرت الميزات التالية في السلعة (جودة عالية، مضمون، السعر المنافس)

وقد استخدمت شخصية معروفة ومحببة لدى الجمهور بقصد تعزيز الجذب لخطاب الحملة.



شكل (51): في مسار التكامل عبر دعم المنتج الوطني



شكل (52)

تجدر الإشارة الى ان حملة التكامل في دعم المنتج الوطني حين تم تدشينها في دولة الكويت قد حققت ارتفاعا إيجابيا في مبيعات المنتجات الوطنية مع اول ثلاث أشهر من التدشين

قاعدة الاستبيان: الذين توقفوا عن شراء منتجات لدول لديها مواقف سلبية تجاه القضايا الاسلامية والعربية	المجموع 39 %
لحوم	26

قاعدة الاستبيان: الذين توقفوا عن شراء منتجات لدول لديها مواقف سلبية تجاه القضايا الاسلامية والعربية	المجموع 39 %
المطاعم	10

دجاج	18
اغذية	15
مطعم محدد لوجبات سريعة أجنبية	13

مشروب غازي 1	8
مشروب غازي 2	5
مطاعم الوجبات السريعة	5

ومن نتائج الحملة:

(20%) من المستفتيين توقفوا عن شراء منتجات أجنبية بنسبة (74%)

يعتقد (45%) من (الذين سمعوا/ شاهدوا الحملة) بأن الحملة اثرت بهم تأثيراً ايجابياً ودفعتهم لشراء المنتج الوطني.

المنتجات التي اشتريت نتيجة للتأثر بالحملة:

عند سؤال المشاركين عن مدى اهمية تفضيل المنتجات الكويتية على المستورد لضمان مستقبل الاجيال القادمة، اجمع جميع المشاركين (4.8 من 5 درجات) على انها عامل " مهم جدا"

كل شيء	%24
أغذية	%22
لبن	%14
حليب	%12
معكرونة	%12

دجاج	%11
خضروات	%11
بسكويت	%10
زيت طعام	%7



شكل (53)

الهدف الإجرائي (الوزن النسبي)	الأنشطة	المخرجات المتوقعة (كمية)	الادارة المسئولة	نوفمبر ٢٠١٨	ديسمبر ٢٠١٨	يناير ٢٠١٩	فبراير ٢٠١٩	مارس ٢٠١٩	ابريل ٢٠١٩	مايو ٢٠١٩	يونيو ٢٠١٩	يوليو ٢٠١٩	اغسطس ٢٠١٩	سبتمبر ٢٠١٩	اكتوبر ٢٠١٩	نوفمبر ٢٠١٩	ديسمبر ٢٠١٩	الميزانية	ملاحظات
استكمال الهيكل الوظيفي لمديري إدارات المؤسسة وتأهيلهم ومتابعتهم (%٢٠)	اعداد دليل للوصف الوظيفي واللوائح الداخلية للإدارات																		
	اختيار الموظفين (مديري الادارات) حسب الوصف الوظيفي																		
	تأهيل كل موظف للقيام بمهام وظيفته (ما ينقصه)																		
	متابعة مستوى الاداء الوظيفي للمديرين																		
تنفيذ عدد ستة مشروعات مركزية (٣ إغاثي -٣ تنموي) (%٢٠)	تحديد المشاريع (ماهيتها –اماكن تنفيذها – احتياجاتها المادية والبشرية - صياغة ورقة المفهوم)																		
	صياغة المشروع وتحديد فريق العمل للمشروع وتأهيله (عدد ٣ مشروعات اغاثية – عدد ٣ مشروعات تنموية)																		
	الاتفاق مع اصحاب المصالح (مولين- شركاء - ....)																		
	تنفيذ المشروعات (اغاثي - تنموي)																		
	التقييم النهائي للمشروعات – تقديم مقترح تطويرها																		
تنمية مهارات الفرق التطوعية التابعة للمؤسسة (مهارات ادارة المشروعات) (%١٥)	تحديد الفرق التي تحتاج للتأهيل																		
	دورة تعريفية عن إدارة المشروعات (PMD)																		
	دورة تعريفية عن المشروعات التنموية																		
	دورة عن تحديد الاحتياج المجتمعي ومتابعة المستفيدين																		
	انشطة مركزية للفرق التطوعية العاملة مع المؤسسة																		

اجازة نصف العام | شهر رمضان | الاجازة الصيفية | عيد الأضحى | عودة المدارس

شكل (54): إدارة فرق التطوع

برنامج الخطباء عبر (خطب الجمعة + الدروس + والخواطر) يجب ان يكون محوره كافة ما يتعلق بالدوائر المبينة ضمن مسار قيمة التكامل.

الأنشطة والفعاليات، المجتمعية:

نموذج مشروع "التكامل" لدولة افتراضية ولتكن العراق.

اسم المشروع: تشجير 900 كيلو من حدوده الشمالية الى الجنوبية لما بين الرافدين

كيف يمكن تفعيل قيمة التكامل لتحقيق هذا المشروع؟

ذلك أنه لما كان الكيلو الواحد عبارة عن ألف متر، يعني اننا سنحتاج شتلة كل 2متر

إذا كان سعر الشتلة الواحدة دولار واحد، هذا يعني ان عدد الشتلات المطلوبة 500 شتلة بقيمة 500 دولار لتغطية مسافة كيلو واحد، ما يعني أن تغطية 900 كيلو بالشتلات سيكلفنا نحو 450,000 دولار.

وحيال تأمين عملية الري، سنحتاج لاعتماد عمليات ذكية لتأمين ري الشتلات بشكل مستمر على مدى الأيام طوال العام، وهو ما يعني اعتماد مزيج من الأساليب منها:

أ- التقليدية: مثل حفر الآبار.
ب- الابتكارية الحديثة: كالاعتماد على الطاقة الشمسية وأساليب التقطير عبر مكثفات للرطوبة في الجو.
ت- الحكومية عبر وزارة الزراعة: فيما يمكن ان تقدمه عبر شبكات الري المعتمدة.

تغطية تمويل المشروع:

من الأهمية الا يتم تسويق المشروع عبر مبلغ اجمالي، وانما يتم طرحة للمساهمة المجتمعية على انه مشروع وطني تتكامل فيه الجهود من اجل الإنجاز، فإن كانت التكلفة الاجمالية تقع في نحو المليون دولار مثلاً، وهو ما يعني ان كل كيلومتر تكلفته في حدود الالف دولار، وعليه يتم طرح المشروع عبر أسلوب الرعايات حيث سنجد هناك من يتبنى 10 كيلومترات بمبلغ 10 آلاف دولار، وهناك من يتبنى أكثر من ذلك.

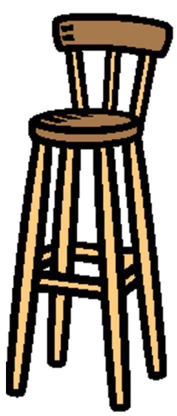
وعبر رعاية كل مؤسسة، يتم مكافئه مساهمتهم عبر دعوة احتفالية للشكر وتوزيع دروع المواطنة مع نهاية انجاز كل مرحلة من المشروع.

مهارات التكامل

هذه المهارات يتوجب على فريق التدريب والفريق الإداري والفريق الإعلامي ادراكها واستيعابها، فهم بمثابة "العقل" الذي سيترجم مسار التكامل لواقع تشغيلي ملموس عبر أسلوب التفكير من خارج الصندوق والقوالب التقليدية التي درجنا عليها، وما يلي نستعرض لمجموعة من المهارات التي من الممكن ان تعتمد لتعزيز مهارات التكامل فيما بين الاطراف، ونبدأها بالأداة التالي:

أولا: مهارة تحديد "العلاقة"

ما العلاقة التي يمكن أن نبنيها فيما بين كل من:

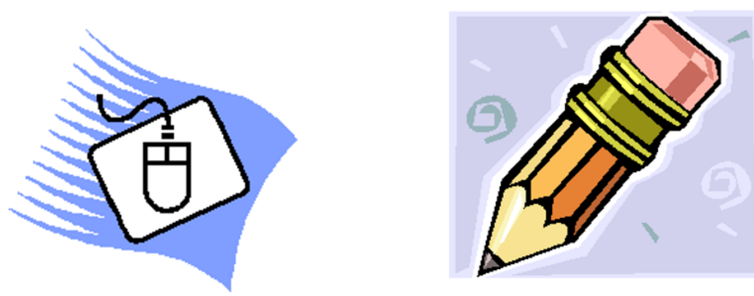




الشكل (55) القلم والكرسي؟



الشكل (56) القلم وفاكهة الموز؟



الشكل (57) القلم وفأرة الحاسوب؟

نلاحظ كيف ان العلاقة تكون بنســـبة 100% حال كانت عبر(نوع مادة التصـــنيع) ذلك ان الخشب، هو "التجسير" الصحيح لمثل تلك العلاقة فيما بين القلم والمقعد شكل (52)، بينما في العلاقة التالية، ان كان اللون الأصفر هو اختيارنا في شكل (53) لكان التجسير هزيلاً مقارنة "بالتقشــير" ذلك ان كليهما يعمد لذات الأســلوب في الاســتخدام، لذا "التقشــير" هو التجســير المناسـب كعلاقة، أما العلاقة الأخيرة في شـكل (54) نجد ان نوع التجسـير يفرض علينا منحاً مختلفا ليكون هو الأمثل حين يكون منظورنا ليس نحو مادة التصـنيع ولا نحو الاسـتخدام وانما نحو عامل الزمان، فالقلم أداة الاولين في الكتابة والفأرة أداة العصر في الحاسوب للكتابة.

فعبر هكذا أداة يتعرف الراغبون في "التواصـل" مع الآخر من أجل مد جسـور، من "التكامل" مع الآخر وان اختلفا.

ثانياً: المنظور

المنظور: هو تشكيل صورة من علو لمشهد يتم مشاهدته من نقطة ثابتة.

كلمة المنظور Perspective تعني "النظر من خلال"، واســـتخدمت في اللغات الأوروبية للتعبير عن المنظر الفني ذو البعدين D.2

والمنظور عبارة عن قاعدة رياضـــية للفن التشـــكيلي عامة ولفن العمارة والديكور الداخلي والمسرحي خاصة، حيث أنه يعتمد على الخداع البصري في رؤية الأشكال.

والمنظور في الرسم الهندسي يجعل الأشياء القريبة تظهر أكبر حجماً ووضوحاً من الأشياء البعيدة، والمنظور اللوني يجعل ألوان الأشـياء القريبة زاهية بينما يجعل ألوان الأشـياء البعيدة باهتة (23).

وهدفنا عبر المنظور: ان نطوعه لآلية النظر للأحداث والمتاح من المعطيات من حولنا لإنجاز عمليات التجسير من أجل التكامل.



الشكل (58) الربط يمكن ان يشكل علاقة فيما بين المعطيات لانتزاع المنظور

ثالثاً: مفهوم التكامل متطور:

فالتكامل كمفهوم لا يقف على حال ذلك انه ان كان ثمة علاقة فيما بين القلم، والموزة، فلا بد أن نبحث فيما يشـكل علاقة إيجابية فيما بيننا وبين البشـر على تنوع أجناسـهم ولغاتهم ودياناتهم وطوائفهم، وهنا لا بد أن ندرك من أن العلاقة ومتانتها ستعتمد على (الفكرة) التي ستنطلق منها.



تم بحمد الله وفضله

المراجع

1- Innovation through Global Collaboration: A New Source of Competitive Advantage, Date: August 14th 2007 , Alan Mac Cormack* Harvard Business School, Soldiers Field, Boston, MA 02163
2- Harvard University, Hauser Center for Nonprofit Organizations Models of Collaboration: City Government, Churches and Community Renewal1
3- Woodward Academy Summer Camps 2014
4- The Case for Collaboration in Local Investigative Reporting by Sandy Rowe Shorenstein Center Knight Fellow, Fall 2010 & Spring 2011 Former editor, The Oregonian, Portland

5- University of New Mexico Bureau of Business and Economic Research, THE ECONOMIC IMPORTANCE OF THE ARTS & CULTURAL INDUSTRIES IN ALBUQUERQUE AND BERNALILLO COUNTY
6- Red Bull's Company Synopsis
7- Emergent and Mature Industries: The role of University-Industry Collaborations, Isabel Maria, Bodas Freitas Grenoble Ecole de Management, 12 rue Pierre Sémard-BP 127, 38003 Grenoble cedex 01 & DISPEA, Politecnico di Torino, Corso Duca degli Abruzzi, 24b, 10129 Torino
8- The Role of the University in a Changing World June 30, 2010 Royal Irish Academy, Trinity College, Dublin

9- From Outsourcing to Global Collaboration: New Ways to Build Competitiveness Alan MacCormack* Theodore Forbath** Peter Brooks ** Patrick Kalaher**

10- Business Process Design by View Integration Jan Mendling1 and Carlo Simon2 1 Vienna University of Economics and Business Administration Augasse 2-6, 1090 Vienna, Austria jan.mendling@wu-wien.ac.at 2 University of Koblenz-Landau, Germany

11- Business processes integration and performance indicators in a PLM, A. Bissay, P. Pernelle, A. Lefebvre , A. Bouras, LIESP – Université de Lyon – France
12- Business Process Integration Methodology A study of RosettaNet Joakim Bergelin , Institutionen för Informatik Handelshögskolan Göteborgs Universitet Examens arbete II & I, 10 poäng, (IA7300) Vårterminen 2000

13- BusinessProcessIntegration: MethodandAnalysis

Evan D. Morrison Alex Menzies George Koliadis Aditya K. Ghose Decision Systems Lab School of Computer Science and Software Engineering University of Wollongong, Wollongong NSW 2522, Australia,

14- AFrameworkforIntegratingBusinessProcessesand BusinessRequirements
RamanKazhamiakin,MarcoPistore,MarcoRoveri
{raman,pistore}@dit.unitn.itroveri@itc.it
DIT,UniversityofTrento,Italy ITC-irst,Trento,Italy

15- Business process integration as a solution to the implementation of supply chain management systems Takashi Kobayashia,*, Masato Tamakia, Norihisa Komodab aBusiness Solution Systems Division, Hitachi Ltd., 890 Kashimada, Saiwai, Kawasaki, Kanagawa 212-8567, Japan bDepartment of Multimedia Engineering, Graduate School of Information Science and Technology, Osaka University, 2-1 Yamadaoka, Suita, Osaka 565-0871, Japan

16- An Enterprise Layer based Approach To Application Service Integration
Wilfried Lemahieu, Monique Snoeck, Cindy Michiels
Department of Applied Economic Sciences Naamsestraat 69, 3000 Leuven, Belgium

17- ESSENTIALS of Business Process Outsourcing
Thomas N. Duening Rick L. Click

18- Strategic Alliance Best Practice User Guide, association of strategic alliance professionals

19- Alliance Structure and Success in the Global Airline Industry: An Empirical Investigation
Ursula Y. Sullivan Anne T. Coughlan University of Illinois at Urbana−Champaign Northwestern University

20- STRATEGIC ALLIANCES & MODELS OF COLLABORATION1
Emanuela Todeva School of Management, University of Surrey, Guildford, Surrey, GU2 5XH, UK,

21- STRATEGIC ALLIANCES IN THE GLOBAL AIRLINE INDUSTRY, Academic Associate - International Management Group, Indian Institute of Management, Vastrapur, Ahmedabad - 380015, India. I thank Prof J. P. Singh for his continued guidance and support.

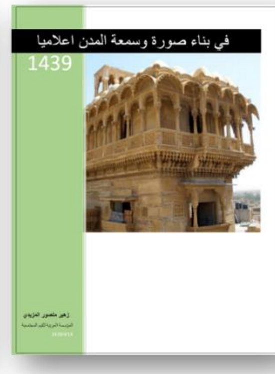
22- Strategic Alliances; A Comparative Analysis of Successful Alliances in Large and Medium Scale Enterprises around the World
Zainab Zamir1, Arooj Sahar2, Fareeha Zafar3 1 Department of Business Administration, Kinnaird College for Women, 2 Department of Management Sciences, University of Engineering and Technology, 3 University of Derby-UK, Currently Working at GC University, Lahore, PAKISTAN.

23- IMPORTANCE OF STRATEGIC ALLIANCES IN COMPANY'S ACTIVITY
Margarita Išoraltė Mykolas Romeris University Ateities str. 20, LT-08303 Vilnius, Lithuania

24- Strategic Alliance Success Factors, The Journal of Supply Chain Management, summer 2000 Authors: J. M. Whipple & R. Frankel
25- Strategic Alliances in the Sport Industry:
A Case Review of Reebok International and the NFL
Dr. Mark G. Hecox , Associate Professor of Sport Management ,Southern New Hampshire University

26- ويكيبيديا، الموسوعة الحرة
27- فن المبادرات – بوب جوهانسن
28- التجسير صناعة..للتعايش، زهير المزيدي، 2019

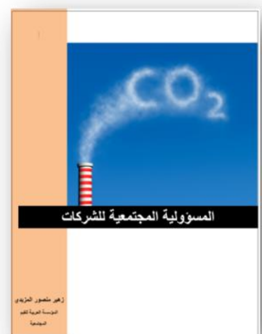
كتب للمؤلف


في بناء صورة وسمعة المدن اعلاميا
1439


تحويل الكتاب المقروء لمنتجات
COFFEE
Zuhair
د.زهير المزيدي – المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

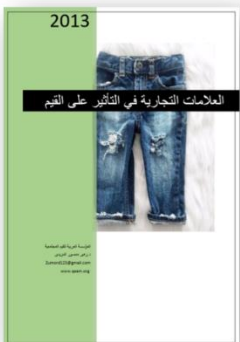

تأملات 2
بقلم زهير منصور المزيدي

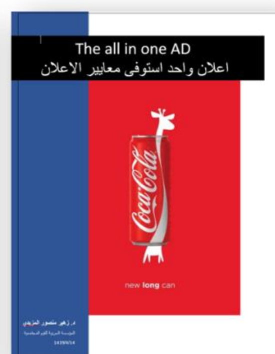

تفعيل القيم لرياض الأطفال


CO2
المسؤولية المجتمعية للشركات

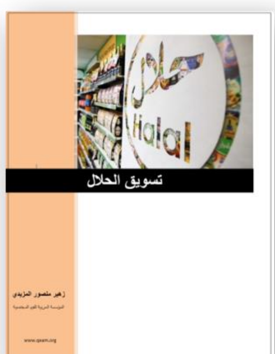

وإن من شيء إلا يسبح بحمده


الشيف فرانسوا
قصة أحداثها ذات محاور قيمة

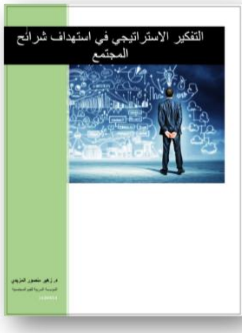
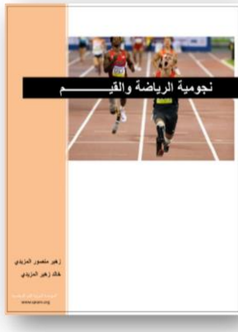

2013
العلامات التجارية في التأثير على القيم


The all in one AD
اعلان واحد استوفى معايير الاعلان

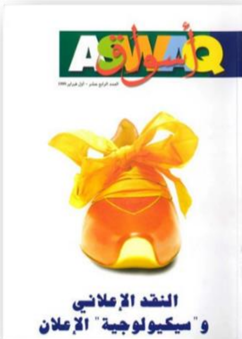

آلية وتشكيل وصناعة العلامة التجارية في عالم التسويق

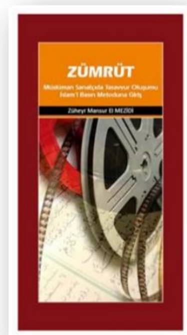

Halal
تسويق الحلال


A smart AD strategy
اعلان واحد استوفى الاستراتيجية التسويقية
OPEN AT NIGHT


التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع

نجومية الرياضة والقيـــم

في إستنساخ فكر العظماء

نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة

أسواق
النقد الإعلاني
و"سيكيولوجية" الإعلان

أسواق
أهمية استخدام الوجوه
في الحملات الإعلانية

ZÜMRÜT

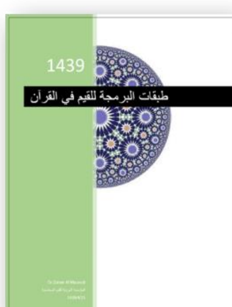
قوة العلامات التجارية
د. زهير منصور المزيدي

Explorong values
استكشاف القيم
2010

Social marketing
التسويق المجتمعي
2013

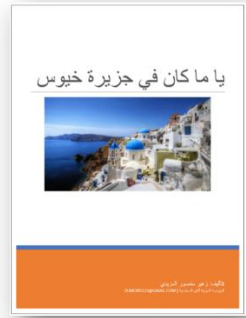
Transforming values into products
تحويل القيم والمفاهيم لمنتجات
2011

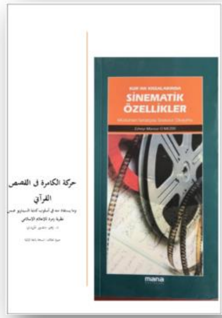
Acting values process
الكتاب الجامع لتفعيل القيم للمزيدي
2018

Conceptualizing
صيد المفهوم
2012

1439
طبقات البرمجة للقيم في القرآن

رواية كشك و القلب
2012

برمجة القيم عبر مناهج التعليم


يا ما كان في جزيرة خيوس


حركة الكاميرا في القصص القرآني
SİNEMATİK ÖZELLİKLER
mana


بسم الله الرحمن الرحيم
رواية بعنوان "منطق الطير"
تاليف: د. زهير منصور المزيدي (2012)


(تلملت)
زهير منصور المزيدي
4


تحويل المشاعر إلى منتجات
د. زهير منصور المزيدي
أكتوبر 2013


2014


Perception endix & values
مؤشر الإدراك والقيم
2013


Acting values process
الكتاب الجامع لتفعيل القيم للمزيدي
2018

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المز يدي

<u>المواقع الالكترونية:</u>

www.zumord.net

www.qeam.org

<u>تطبيقات APPS:</u>

1- زهير المزيدي (زمرد)
2- برامجنا التدريبية



<u>سنوات الخبرة:</u>

أكثر من 30 عاما في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية والإعلامية والتسويق والإنتاج التلفزيوني والتأسيس للهيكلة الإعلامية والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية أو الشركات الخاصة.

<u>الخبرات العملية:</u>

1. مؤسس إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1984.
2. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C للدعاية والإعلان (1985).
3. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
4. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في إنتاج الأفلام الدعائية التلفزيونية.1991
5. رئيس تحرير مجلة أسواق. (إعلانيه تسويقية أكاديمية) تصدر في الكويت. 1994

6.مؤسس ومدير عام شركة سبوت لإدارة الإعلان التجاري في تلفزيون دولة الكويت (1995)، القنوات التلفزيونية الثلاث، العامة والرياضية والاجنبية.
7.مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب " للاستشارات الإعلامية والتسويقية 2000
8.رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية – 2008
9.خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الامريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال الإعلان أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية امريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
2. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
3. إنشاء بنك النصوص - 1994.
4. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
5. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
6. التسويق بالعاطفة 2006
7. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
8. تسويق أنماط الحياة 2006
9. التسويق بالحواس الخمس 2006
10. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
11. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
12. تفعيل القيم وممارستها 2010 (برنامج معتمد في الجامعة الآسيوية المفتوحة في ماليزيا، وجامعة دار الحكمة في جدة)، ومعتمـــــد في (عشرات االمؤسسة التعليمية دوليا) .
13. استكشاف القيم 2010
14. محفز القيم 2010
15. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)

16. تفعيل الحواس 2012
17. تحويل القيم إلى منتجات 2013
18. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
19. في استنساخ فكر العظماء 2014

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت،1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
2- مشروع " وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الافريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق.2017
3- مشروع "سما" سوق منتجات الايتام، مقدم لبيت الزكاة الكويتي، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز لموارد ماليه عوضا أن تكون مراكز للإنفاق فقط.2016
4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلا لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظا فقط، عبر برنامج أدرناه دوليا بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد ماليه يستفيد منها سكان القرى.2017
5- مشروع "أسوار" لشبكة بسواعد شبابية من مختلف دول العالم، لدعم قضايا العمل الإنساني والحث عليه بشكل تطوعي.2017
6- إطلاق مشروع (تأملت)، عبر موسوعة من 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي.
7- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي
8- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت – مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي " 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007

14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار اسم الرواج والتسويق لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011، ثم مستشار العلاقات الدولية 2015
16. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
17. مستشار للجمهورية التركية 2012 في (World political conference)
18. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
19. مستشار تسويق لمجموعة شركات تجارية وعقارية واستثمارية وللعديد من الشركات التمويلية والخدمية.
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019